



Estudios sobre las Culturas Contemporáneas
ISSN: 1405-2210
januar@ucol.mx
Universidad de Colima
México

La producción musical como proceso sociocultural y económico de los rockeros independientes mexicanos

Torres Osuna, Cristian Daniel

La producción musical como proceso sociocultural y económico de los rockeros independientes mexicanos

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. XXVI, núm. Esp.6, 2020

Universidad de Colima, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31662390012>

Derechos reservados Universidad de Colima

Derechos reservados Universidad de Colima



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Artículos

La producción musical como proceso sociocultural *y económico de los rockeros independientes mexicanos*

Musical Production as a Sociocultural and Economic Process of Mexican Independent Rockers

Cristian Daniel Torres Osuna * pinycity@hotmail.com
Universidad Autónoma de Sinaloa, México

Estudios sobre las Culturas
Contemporáneas, vol. XXVI, núm. Esp.6,
2020

Universidad de Colima, México

Recepción: 16 Noviembre 2018
Aprobación: 28 Agosto 2019

Redalyc: [https://www.redalyc.org/
articulo.oa?id=31662390012](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31662390012)

Resumen: La producción de bienes culturales, es uno de los principales eslabones de la cadena económica de las industrias culturales en general, y de la industria de la música en particular, en ella se gestan diversos procesos sociales y económicos, puestos en marcha por numerosos actores sociales pertenecientes al sector musical, y a otras actividades conexas que se desarrollan alrededor de la producción musical. Por lo tanto; el propósito del presente esfuerzo académico, es analizar y establecer ciertas tendencias sobre esos aspectos centrales de la producción, en los que se insertan los rockeros independientes mexicanos (relación con las industrias culturales, la figura del productor, preproducción, producción, postproducción, maquila, diseño del arte) y sus características creativas, técnicas y socioeconómicas que guían a la construcción oficial de un material musical.

Palabras clave: Producción musical, Rock mexicano, Procesos socioculturales.

Abstract: The production of cultural goods is one of the main links in the economic chain of the cultural industries in general, and of the music industry in particular, where various social and economic processes are set in motion by numerous social actors, belonging to the music sector, and other related activities that are developed around musical production. Thus; The purpose of the present academic effort is to analyze and establish certain tendencies about those central aspects of production, in which independent Mexican rockers are inserted (relationship with the cultural industries, the figure of the producer, preproduction, production, postproduction, maquila, art design), and its creative, technical and socioeconomic characteristics that guide the official construction of a musical material.

Keywords: Music Production, Mexican Rock, Sociocultural Processes.

Las industrias culturales, la industria de la música *y los músicos rockeros independientes*

Es preciso tomar como punto de partida y de manera introductoria, el andamiaje teórico en el que se inserta el presente artículo; por lo tanto, comenzaremos por establecer la relación entre industrias culturales, la industria de la música, los músicos independientes y la creación de los bienes culturales que se generan en su seno.

Como ha sido revisado por numerosos autores, hablar de industria cultural nos remite indudablemente al pensamiento de la escuela de Frankfurt y la teoría crítica, en particular de Adorno y Horkheimer, a quienes se les atribuye el concepto a partir de la Dialéctica del Iluminismo (1944) en la que se establecía un análisis crítico sobre el desplazamiento de la cultura hacia la mercantilización, considerando

que la reproductibilidad-masificación constituían una nueva vía para la alienación y control social. Para los pensadores alemanes:

Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto –el armazón conceptual fabricado por aquel– comienza a dibujarse. Los dirigentes no están ya en absoluto interesados en esconder dicho armazón; su poder se refuerza cuanto más brutalmente se declara. El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias (Adorno y Horkheimer, 2006:166).

Quizá por las vicisitudes de la época (posguerra, guerra fría) y/o por los tintes pesimistas e insubordinados de sus reflexiones relacionadas con el marxismo, los estudios culturales de la escuela de Frankfurt sufrieron una especie de letargo científico, y no serían retomados y revisados hasta la emergencia de una nueva corriente de pensamiento denominada economía política en la década de los ochenta, así el término industria cultural se robustecía con nuevas aristas de análisis:

Lejos de rechazar el economicismo, este grupo tomó seriamente el término industrias e intentó aplicarle un análisis económico marxista más detallado y matizado, así como uno más vinculado a la corriente principal de la economía industrial y de la información, al análisis de la producción, distribución y consumo (Garnham, N. 2011:27).

La reflexión dejaba de lado la visión económica como un todo, y robustecía los análisis de la escuela de Frankfurt, enfatizando particularidades dinámicas de desarrollo, así como los crecientes procesos de concentración empresarial. Sucesivamente y en esa misma vertiente, existen diversos autores que han apostillado la diversidad y particularidades de la estructura económica y las dinámicas de las industrias culturales (ya en plural), diferenciando y evidenciando los procesos creativos, productivos y sus relaciones capitalistas.

Una de las características principales de las industrias culturales, es la que ya apuntaba Zallo en 1988 y cuya vigencia se extiende hasta nuestros días, refiriéndose a:

Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y se destina finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social (Zallo, 1988:26).

Ese trabajo creativo que menciona Zallo y que resulta en la producción de bienes simbólicos, se extiende a lo largo de varias industrias con características particulares, como la de los videojuegos, editorial, televisiva, el cine, la música, entre otras. Generando dinámicas que activan la economía y las sinergias entre sectores. En otras palabras, las industrias de la cultura con su doble vertiente: económica y social, son una pieza fundamental para el impulso del desarrollo integral de los países.

Por estas razones, coincidimos con el diagnóstico realizado en *La Cultura da Trabajo* por Stolovich, Lescano y Mourelle (1997) en el que se destacaba esa importancia al afirmar que:

La cultura es una importante fuente de trabajo para creadores, intérpretes, empresarios, empleados y trabajadores independientes de empresas productoras, industriales, de medios, de comercialización mayorista y minorista, de agencias de publicidad, instituciones culturales, etc., así como para quienes se ocupan en actividades anexas, encadenadas a la producción cultural, en servicios técnicos, de apoyo (66).

En ese contexto se encuentra inmersa la industria de la música, y la investigación sobre su importancia y procesos internos ha ido gradualmente en incremento en el área de las ciencias sociales, con diversos estudios que han hecho énfasis en sus particularidades (Palmeiro 2005; Calvi 2006; Kusek 2007; Buquet 2008; Lamacchia 2017, entre otros). Perspectivas variadas pero conscientes de que el sector musical y sus actores, constituyen una de las actividades más pujantes, a nivel económico y social, de todo el conjunto de las industrias culturales.

La industria de la música, catalogada dentro del modelo editorial propuesto por P. Flichy (1980), corresponde a una actividad socioeconómica clave para el entretenimiento, y cuyas características principales son: la reproducción a escala de productos sonoros (bienes culturales); el encuentro con los usuarios a través de vías de distribución; sinergias con otras ramas culturales, así como un componente simbólico fundamental en la creación de identidades colectivas y los procesos de cambio social.

Unos de los principales actores para la existencia del sector musical, indudablemente son los músicos, los creadores que, tras un proceso inicial de formación, composición y ensayo, proceden a desarrollar una serie de fases que componen la producción de un material sonoro. En esa línea y para los fines de este artículo nos centraremos en los músicos independientes mexicanos, realizadores de piezas musicales autogestionadas, en otras palabras, un universo de autores directamente involucrados a lo largo de toda la cadena de producción, desde la creación hasta la comercialización o exposición en vivo del material sonoro. Con recursos económicos generalmente propios y un equipo de trabajo limitado.

Como han apuntado estudios recientes como el de Torres (2017) y Machillot (2018) la figura del músico independiente presenta tendencias recurrentes de precariedad, en las que se le dificulta acceder a la vía del dinero para realizar las actividades cotidianas que componen la cadena de producción en el sector de la música.; En esa línea, existe una tendencia a lo “multitask”, descrita acertadamente en la siguiente reflexión:

En la sociedad contemporánea, el rasgo más sobresaliente de los patrones de empleo de los músicos es la multiactividad. Especialistas en el fenómeno [...] hablan de un sector del mercado de trabajo en el que las personas constantemente se mueven de un empleo a otro, acumulando empleos de corta duración, a veces con uno que sobresale como principal, haciendo “arreglos” verbales o escritos con diferentes empleadores, en modalidades distintas como subordinados o por cuenta propia (Guadarrama, 2014:10).

Lo anterior, inserto en un espectro cotidiano de colectividades rockeras, que más allá de un género musical (Rock), las entendemos como un campo de producción cultural plural y diverso, en el que se insertan

y se deconstruyen las producciones realizadas por los músicos de Punk, Metal, Funk, Rap, etc. en un cúmulo de experiencias socio-comunicativas que según Garay (1996):

han influido enormemente a los medios de comunicación masiva que se reapropian de los productos generados por los jóvenes. Buena parte de la llamada posmodernidad en las producciones culturales han emergido, de una u otra forma, de la cultura juvenil asociada al rock (4).

Teniendo en cuenta el marco teórico general en el que reposa el presente esfuerzo académico, es necesario explorar los apuntes metodológicos que permiten desarrollar los epígrafes posteriores, enfocados en la realidad empírica que viven los músicos rockeros independientes en México.

Precisiones metodológicas

Para generar conocimiento científicamente válido, consideramos sustancial dedicar las siguientes líneas a detallar el procedimiento metodológico cualitativo realizado para producir el presente esfuerzo, haciendo énfasis en dos etapas principales:

1. Exploración, revisión y análisis documental sobre industrias culturales, la industria de la música actual y los músicos en sus características dentro de la continua transición de lo analógico a lo digital;
2. La confección y aplicación de una entrevista semiestructurada en profundidad, que nos arrojará datos robustos sobre la cadena de producción de la industria de la música, y el *modus operandi* de los músicos independientes mexicanos, con especial énfasis en los procesos de producción de materiales sonoros, sus involucrados, fases, costos, actividades conexas.

Convergemos con Noguero en que este modelo cualitativo nos ayuda a entender “diferentes problemáticas, cuestiones y restricciones que no se pueden explicar ni comprender en toda su extensión desde la metodología cuantitativa” (Noguero, 2009), sino con métodos y técnicas de análisis que detallaremos a continuación.

Por lo anterior, se diseñó y aplicó como protocolo de recogida de datos, una entrevista semiestructurada en profundidad a 15 participantes directos de la industria de la música en México, en torno a la categoría de producción.

Lo anterior nos permitió obtener campos de información de primera mano, generados a partir de su marco de referencia en una realidad actual, así como marcar tendencias de desarrollo.

Si reflexionamos sobre cómo la conversación en la vida diaria se erige como un referente constante, coincidimos en que:

Las entrevistas pasan a constituir una relación canalizada por el discurso, propio de la cotidianidad, bajo la condición de encuentros regidos por reglas que marcan márgenes apropiados de relación interpersonal en cada circunstancia. Estas permiten acceder al universo de significaciones de los actores, haciendo

referencia a acciones pasadas o presentes, de sí o de terceros, generando una relación social, que sostiene las diferencias existentes en el universo cognitivo y simbólico del entrevistador y el entrevistado (Guerrero, 2001:2).

Por lo tanto, la exposición de los portadores de información, en este caso los músicos independientes mexicanos, fue necesaria para estudiar una situación social concreta que permea su entorno, procurando obtener tendencias basadas en su experiencia, desde su banco de datos que especificaremos a continuación.

La producción musical y sus atributos

En los siguientes epígrafes, abordaremos las características más relevantes de un proceso clave para los músicos independientes mexicanos, en la búsqueda de la creación de contenidos culturales (sonoros) de calidad, que les permitirán tener un impacto positivo y probablemente aumentar su base de seguidores.

Esta elaboración de materiales musicales específicos, debe atravesar diversas fases de construcción en la que “los sujetos mismos tienen un papel que desempeñar (reconocimiento, aceptación, rechazo, comparación, modificación); esto toma partes específicas en el área de las prácticas culturales” (Fernández, 2013:169).

Dichas prácticas y actores culturales en torno a la producción serán sometidas a examinación, desde la participación de un productor y sus funciones, pasando por procesos técnicos, sociales y económicos esenciales, hasta la culminación de un material auditivo listo para la maquila y/o las plataformas de *streaming*.

Características del productor musical

La figura del productor musical es habitual en la industria de la música, ya que es el encargado de diversas tareas de control para la conclusión efectiva de un álbum, además de representar una mirada extra que puede identificar los posibles vicios de los músicos y proponer ideas para un trabajo más completo. Coincidimos con la visión de Martinelli (2015) sobre su misión:

Es de vital importancia a la hora de grabar un disco y su desempeño puede tener un impacto fundamental en el destino de la obra. Es importante entender que, aunque los músicos sean virtuosos en la ejecución de su instrumento o, aunque el grupo cuente con un compositor avezado, nada de eso garantiza que la experiencia en el estudio de grabación sea satisfactoria. Grabar una pieza musical requiere de una serie de conocimientos que trascienden lo específicamente musical e involucra saberes múltiples: técnicos, administrativos, organizacionales e, incluso, la capacidad de sacar lo mejor de un ser humano, tanto en términos artísticos como anímicos, para guiar el proyecto a buen destino (166).

En ese marco referencial, y con la búsqueda de un resultado sonoro satisfactorio, numerosos proyectos musicales mexicanos se adentran a la producción musical de la mano de los servicios de un productor. Morgana Atanasio de la Banda de Rock-A go, *Mortim Surfers* considera que:

El tener alguien externo, alguien que no está del todo dentro de la dinámica de la banda, te da a veces esos jalones de orejas o te va llevando [...] en cuestión de los arreglos de las mismas canciones te va dando consejos –mira si estás bien, pero qué tal si metes mejor esta línea o este groove y le cambias– entonces sí hay un beneficio sobre todo en la creación y en la rigurosidad que se le pone (M. Atanasio, entrevista personal: marzo de 2014).

Asimismo, es importante destacar que en la labor de producción de un álbum musical hay diversas fórmulas de funcionamiento: existe el productor que vende su nombre y canaliza al proyecto musical con un subproductor que realiza las tareas; el que cuenta con estudio de grabación propio o el que alquila otros estudios para grabar cierta instrumentación en cada uno de ellos; el que cree fundamental establecer una relación más distanciada o el que se casa y convive día y noche con los proyectos (Shenka, entrevista personal, marzo de 2015). La estrategia o estrategias a seguir son resultado de la negociación previa entre las partes involucradas.

El productor en su función de “intermediario cultural” al realizar un producto orientado al consumo popular (Abeillé, 2015), se desarrolla dentro del heterogéneo plano de acción de los músicos independientes, ya que, como veremos más adelante, existen muchos proyectos musicales que dependiendo de su conocimiento sobre el tema o la importancia que le atribuyen, se decantan por no trabajar con un productor; sin embargo, independientemente de si el solista o la agrupación cuentan con uno o no, la producción es una fase obligada en la realización de un material sonoro, y que guía a los músicos a través de tres facetas principales que organizan y optimizan el trabajo colectivo: preproducción, producción-grabación y postproducción.

La preproducción como punto de partida

En los albores de la construcción de un producto cultural destinado para el mercado, es necesario precisar que, desde la planeación hasta la consecución de un material sonoro, nos encontramos frente a un proceso capitalista de creaciones simbólicas, como bien apuntaban Garoffalo y Chapple (1977):

Sea en forma de disco, de entrada para un concierto, el rock siempre resultó un producto empaquetado que se compra y se vende como cualquier otro producto de consumo, sean películas o zapatos. El manejo de la música como producto comercial se llevó a cabo dentro de los parámetros de la estructura capitalista, primero en manos de emprendedores creativos y pequeñas compañías, y luego por conglomerados estratificados y monopolios corporativos (300).

Cabe señalar que si bien los autores hacen mención al Rock, la reflexión es extrapolable a otros géneros musicales; asimismo, consideramos que no ha existido una separación entre pequeños creativos y compañías con las grandes transnacionales, sino más bien se desarrollan en una especie de simbiosis histórica comercial, en la cual se introducen los músicos rockeros independientes para planificar y gestionar el proceso creativo, pero también económico que permea al sector musical en la fase de preproducción.

Según la evidencia empírica, en la preproducción se ajustan, entre otros, los siguientes aspectos relacionados con los materiales, instrumentación, necesidades técnicas:

- Supervisión de las composiciones musicales; se trata de que todo haya sido bien ensayado y que los arreglos musicales acordados sean bien ejecutados y en el tempo acordado;
- Elegir el estudio de grabación de acuerdo a las necesidades técnicas y presupuestarías del proyecto; se trata de fijar un presupuesto y hacer un balance entre la calidad y precio que más convenga para el equipo, teniendo en cuenta el número de *tracks* a grabar y el tiempo estipulado de estudio;
- Se establece el orden de grabación de las canciones;
- Planeación de la mezcla de los *tracks*; se elige si será realizada en el mismo estudio o por otro ingeniero de audio y el presupuesto para ese rubro;
- Planeación del *mastering* de las canciones; se elige si será realizada en el mismo estudio o por otro ingeniero de audio y el presupuesto;
- Organización de la logística; transporte de personal y equipo, instalación y retirada del estudio.

Martinelli (2015) reflexiona sobre esta fase como una de las fundamentales del proceso:

En esta etapa se discute qué tipo de sonido buscamos, qué estética deseamos desarrollar y qué decisiones artísticas asumiremos, en síntesis: qué queremos “contar” artísticamente [...] es fundamental comprender que todas las decisiones que adoptemos durante esta etapa serán relevantes en términos artísticos. Esta etapa nos brinda una oportunidad para experimentar con la forma estructural y sonora de las piezas a grabar y sus resultados tendrán un carácter definitorio en la obra (168-169).

Una vez que se alcanzan los estándares requeridos, acordados por el proyecto musical y el productor, los músicos independientes proceden a realizar la siguiente tarea: la producción-grabación. En las siguientes líneas, analizaremos sus particularidades.

Particularidades de la producción-grabación

La fase de producción-grabación constituye uno de los engranajes más importantes del proceso de producción, pues es donde se registran los instrumentos, sampleos, voces y demás sonidos que compondrán las canciones, es decir, lo que auditivamente será la base de lo que permanecerá plasmado en el resultado final; por lo tanto, generalmente, los músicos independientes desarrollan una serie de acciones meticulosas con el objetivo de impactar positivamente en el trabajo:

- Establecer un clima de trabajo ameno; las sesiones de grabación suelen largas y cansadas, por lo tanto, hay que intentar evitar conflictos que desestabilicen el proyecto general;

- Fijar un orden de grabación de las canciones para una mejor organización;
- Elección de amplificadores, instrumentos, técnicas de grabación y microfoneo adecuados al sonido del proyecto;
- Grabar una guía para la instrumentación y voces; generalmente se utiliza la batería y el bajo;
- Cuidar la limpieza de la captación y la ejecución de los instrumentos y voces, esto reduce la posibilidad de encontrar errores, ruidos o chasquidos molestos en los posteriores procesos;
- Cuidar los horarios (costos) preestablecidos con el estudio.

Kbto Simental, bajista de la banda de rock ensenadense *Mutant Beans* y productor de diversos proyectos, resume la importancia de realizar correctamente esta faceta, y la incidencia que tendrá en los procesos siguientes:

El proceso de grabación es lo más importante, ya que es el momento en donde se define la estructura final de una canción, y se generan los elementos necesarios para facilitar el trabajo de mezcla, el cual, consecuentemente, facilitará el trabajo de masterización. Se podría decir que es la parte más divertida y donde más participación creativa tienen los músicos, independientemente si alguno funge como productor, ingeniero o mixer (K. Simental, entrevista personal: octubre de 2018).

Habiendo culminado la participación de los músicos en torno a la grabación, se procede a completar los aspectos finales, la postproducción, que se detalla a continuación.

Especificaciones de la Postproducción

Una fase clave en la etapa de postproducción es sin duda la mezcla (*mixing*), en ella se ponen en conjunto todos los *tracks* de instrumentos, samples y voces grabados para una canción, asignándoles diferentes volúmenes y acentuaciones dependiendo del concepto general que previamente se ensayó. En este proceso se utilizan, entre otros, los ecualizadores, compresores, puertas de ruido, correctores de *pitch* o tono, *delays*, etc., que permiten alcanzar el equilibrio y sonido deseado. La mezcla es de gran importancia puesto que puede determinar el resultado final. Según Bregitzer (2009):

Esta es a menudo considerada la fase más importante de la grabación. En estos días, la gente que realiza mezclas en disqueras grandes obtiene casi tanto crédito por un disco como lo tiene el productor. Cuando se trabaja con una banda, hay que asegurar que el presupuesto no se quede corto en el proceso de mezcla. Esta fase puede hacer la diferencia entre una grabación que suena a un demo o un producto de calidad de una disquera importante (23).

Convergemos en la importancia del *mixing* como pieza clave en la construcción de un material sonoro de calidad, fungiendo como punto de partida para el siguiente proceso en la cadena de producción: la masterización (*mastering*), se trata del proceso final en cuanto a audio, en el que se le asignan una serie de compresores y efectos que potencian la

mezcla, y permiten obtener un sonido más brillante y estandarizado para el conjunto de temas; Asimismo, se busca que suene bien en cualquier reproductor de audio, se asigna el orden y duración de cada *track*, los silencios entre ellos y el visto bueno para que ese conjunto de canciones sea puesto en circulación para los oyentes.

En palabras de Martinelli (2015):

Durante la masterización se busca ajustar los niveles y que la relación entre los diversos temas resulte armoniosa. Lo mismo ocurre con la ecualización y los procesos de compresión y limitación, buscando definir la coherencia sonora de todo el álbum. Desde el punto de vista técnico, se trata de ajustar las obras a un estándar de calidad, optimizando los archivos, tratando de realzar las virtudes del trabajo logrado en la mezcla, de modo de obtener un buen sonido en el mayor número de sistemas o en cualquiera de los soportes y canales de difusión actuales [...] este proceso final requiere especial atención: cualquier error podría ser replicado, echando por la borda todo el esfuerzo realizado hasta aquí (176).

En la siguiente tabla realizamos un resumen de lo anteriormente revisado:

Preproducción	Producción-Grabación	Postproducción
Supervisión de temas musicales	Establecer ambiente de trabajo ameno	Mezcla – Mixing: conjunto todos los <i>tracks</i> de instrumentos, <i>samples</i> y voces grabados para una canción, asignándoles diferentes volúmenes, efectos, y acentuaciones
Elección de estudio de grabación	Elección de amplificadores, instrumentos, técnicas de grabación y microfoneo	Mastering: proceso final en cuanto a audio, permite obtener un sonido más brillante y estandarizado para el conjunto de temas
Orden de grabación	Grabar una guía para la instrumentación y voces	
Planeación de la Mezcla	Limpieza de la captación y la ejecución de los instrumentos y voces	
Planeación del Mastering	Cuidar los horarios (costos) preestablecidos con el estudio	
Organización de logística		

Una vez finalizadas las tareas concernientes a la preproducción, grabación y postproducción, se procede a una serie de consideraciones estéticas y de logística que complementan el material sonoro.

Diseño del arte *como complemento del audio*

Un proceso fundamental en la producción de un álbum, es el del concepto artístico de la portada y el empaque que complementarán al material sonoro, para ello existen por lo menos dos formas de hacerlo en el mundo de los músicos independientes: por un lado, los hay quienes no le atribuyen importancia a esta faceta y realizan sus portadas e interiores ellos mismos, con conocimientos básicos de diseño gráfico y conceptualización a la hora de mezclar su música con lo visual. En el otro extremo, se encuentran los músicos que consideran el diseño del arte un proceso fundamental que repercutirá directamente en la aceptación del público y en las posibles ventas del álbum.

Ramírez-Paredes (2017) esboza la conceptualización de un diseñador gráfico-director de arte, en el ámbito social y como creador de referentes simbólicos de la siguiente manera:

un profesional en un constante sistema de creación de necesidades, situaciones nuevas y respuestas integrales que permitan reinventar al mundo, comprometido con la sociedad y la cultura, que además es capaz de coordinar ambiciosamente el proceso de diseño y trabajar interdisciplinariamente para cambiar su contexto, pero sobre todo para incidir desde una disciplina madura en problemáticas actuales de manera responsable y ética (4).

En ese contexto y desde el terreno empírico, Mario Lafontaine, director creativo y creador del arte de álbumes de Caifanes, Caló, Timbiriche, entre otros, reflexiona y complementa sobre su incidencia en el sector de la música:

La dirección de arte y el diseño gráfico para un músico, es transmitir, en imagen, el sonido y concepto de su obra. Es de vital importancia... dicen que no se puede juzgar un libro por la portada, pero en un disco, de la vista nace el amor y la coherencia gráfica con el género musical (Lafontaine, M. Entrevista personal, octubre de 2018)

En concordancia con lo anterior, cuando los músicos deciden contratar a un especialista, un director de arte, para el diseño del material sonoro, los precios son circunstanciales dependiendo de la carrera, el prestigio del diseñador, del músico, el método que va a requerir el proyecto (horas de diseños, la complejidad, el concepto, las capas, el tratamiento fotográfico, etcétera), entre otros; aunque, Christian Marrujo, diseñador con más de una década de experiencia, nos permite aproximarnos a un tabulador de precios actuales por proyecto:

Nivel principiante	Nivel intermedio	Nivel avanzado
El costo puede oscilar entre y 4 mil pesos mexicanos	Entre 8 y 15 mil pesos mexicanos	(Artistas con caché alto): de 25 mil pesos mexicanos en adelante

Asimismo, entre los dos modelos de acción expuestos, se desarrollan otro tipo de prácticas para la consecución de esta faceta, que no necesariamente requieren la inversión económica directa por parte de los músicos: la del trueque es una de ellas, en esa fórmula existe un intercambio no monetario con el diseñador (equipo

musical, informático u otros según el acuerdo), y otra, que consiste en la creación de un equipo de trabajo colaborativo en donde los músicos y el director de arte se asocian e invierten juntos (tiempo, dinero y esfuerzo) en el proyecto buscando un beneficio artístico y económico a mediano-largo plazo.

Maquila *multiplicación del álbum para su distribución*

La obra y su reproductibilidad técnica ha sido foco de análisis desde las primeras reflexiones realizadas por los teóricos de la Escuela de Frankfurt, especialmente Adorno (1995) y Benjamin (2010); no obstante, más allá del debate sobre la pérdida de la considerada “aura” o de los procesos de alienación que para ellos representaba, se trata de una etapa en la cadena de producción de la música, que ha acompañado a los músicos desde su aparición y que durante décadas fue imprescindible para la distribución de los materiales sonoros.

Habiendo llevado la creación a través de las tres etapas principales de la producción y el diseño del arte con éxito, los músicos proceden al proceso de reproducción masiva del álbum o producto editorial (Bustamante, 2018): la maquila, que consiste en tomar el master, o producto final después de la masterización, y multiplicarlo, en este caso en copias físicas, así como el empaque (portada, contraportada, lomo) y el *booklet* (libro interior que a menudo contiene las letras de las canciones, agradecimientos, fotos y más) para posteriormente ir al encuentro con los usuarios.

En ese sentido, Gerardo Hernández maquilador de álbumes, generalmente de músicos independientes, destaca “el disco físico como un gran instrumento de interacción con tu público, y bien administrado te puede brindar los medios para hacer más lucrativo el hacer música” (G. Hernández, entrevista personal: octubre de 2018).

En el rubro físico, existen distintos tipos de maquila, entre ellas podemos destacar las más utilizadas en el ámbito de la música independiente: La tradicional *Jewel Case* (caja de plástico que contiene el cd); el sobre promocional (sobre de cartón con ranura para insertar el cd) y el *Digipack*.¹ Los tirajes más comunes dentro del rubro de músicos independientes suelen ser de 500 a 2 000 copias del producto sonoro, listas para ser distribuidas en puntos de venta tipo *Mixup*,² tiendas de ropa o de discos por menudeo, tianguis culturales como El Chopo de CDMX, el cultural de Guadalajara y/o durante las presentaciones en vivo del proyecto.

En el amplio espectro de la difusión de un material sonoro, destacamos la existencia de otra variedad de músicos independientes que hacen uso de Internet y sus herramientas, para omitir la maquila, aminorar costos, y realizar la distribución de su música exclusivamente a través de las redes sociales, y diversas plataformas de distribución digital.

Dentro de este modelo de distribución digital podríamos mencionar, entre muchas otras, a las plataformas *CD Baby* y *Creanauta* que representan a una gama de empresas que se dedican a colocar sencillos o álbumes completos, por un pago único, en más de 30 plataformas de venta

directa o streaming de música en la Red (*Spotify, Deezer, Youtube, iTunes, Movistar*).

Al respecto, Hernández examina una hipótesis sobre el modelo tradicional frente a las nuevas formas de distribución:

La tecnología del streaming no logrará sustituir la belleza de un disco en formato físico, pues se unen en él –además de escuchar al artista– el goce de apreciar expresiones artísticas visuales como la fotografía, el dibujo, la pintura o incluso la escultura. Elementos que logran que nuestro disco físico sea un disfrute completo (Íbidem).

La realidad mencionada se corresponde con lo que Archila (2016) puntualiza sobre las nuevas formas de distribución y su impacto en el sector:

La tecnología digital transformó entonces la forma de producir y distribuir música por parte de las disqueras, además de los hábitos de consumo de los melómanos. Estos cambios han permitido mejorar los modelos de negocio durante el nuevo milenio de manera que, en el presente, es cada vez más popular que los fonogramas sean comercializados mediante alianzas entre la industria discográfica y las empresas telefónicas (40).

Estas consideraciones abren la posibilidad de nuevas líneas de investigación, sobre los nuevos modelos de distribución en la era digital, y sus particularidades frente a los modelos tradicionales *offline*, en un universo en el que tanto empresas discográficas transnacionales y pequeñas, como los músicos rockeros independientes mexicanos parecen inclinarse hacia lo online.

Rasgos económicos de la producción de un álbum musical

La mesoeconomía o estudio de sectores (Bustamante, 2018) nos ha permitido realizar un análisis transversal, en la tradición de la economía política de la comunicación y la cultura, para rescatar aspectos sociales, simbólicos y de representaciones sociales, a la par que los detalles económicos de los distintos rubros culturales. Veamos:

El proceso actual de producción de un álbum permite diversas formas de aproximación, desde las más costosas y de alta calidad, hasta las más autogestivas con calidad más que aceptable, dependiendo siempre del grupo de trabajo, los músicos y la calidad de los equipos de audio e instrumentos musicales.

Es evidente que los rangos de precio no se pueden estandarizar en una industria tan variable y atomizada, los costos siempre varían dependiendo el caché de los productores, ingenieros o estudios de grabación, desde los semiprofesionales de 400 pesos mexicanos la hora; 500 la canción, hasta los de varios miles de pesos por día; Sin embargo, la investigación nos permite establecer ciertos patrones a través de las experiencias de los músicos; por ejemplo, Sergio Licea, bajista de la banda de punk rock Juana la rodillona comenta la experiencia de sus dos discos:

Hasta el momento nosotros somos los productores de nuestros discos, no hemos encontrado a la gente que realmente le interese nuestro proyecto y que se case primero con el proyecto antes que con la cifra económica que le podamos ofrecer,

entonces hemos tenido que aprender a hacer ese proceso de producción, limitado, pero creemos que puede dar más frutos y es más honesto que estar con alguien que solo te quiere exprimir ¿no?” (S. Licea, entrevista personal: marzo de 2015).

Como apuntábamos, en los precios de los productores no existe una unificación ni una guía con la cual los músicos puedan informarse sobre sus opciones, y los arreglos económicos van desde la figura de los porcentajes compartidos por cada ingreso del proyecto (Atanasio, 2014), hasta los de precios fijos por canción o álbum. Las negociaciones suelen hacerse directamente entre los interesados y varían dependiendo el tipo de proyecto y de la experiencia del productor. Licea de Juana la rodillona ha experimentado el siguiente esquema:

Los productores nunca han dejado esa cuestión clara, alguna vez tuvimos un acercamiento con Jorge Amaro ‘La chiquis’ que es una persona que admiro y respeto mucho [...] le dejé ver claramente que me interesaba que por lo menos un sencillo estuviera producido por él y siempre me decía ‘sí, tráemelo, platicamos y vamos a negociarlo’ pero nunca te dicen realmente cuánto, aunque sé cuánto les cobra a mis amigos por un solo tema, que son como entre veinte y cuarenta mil pesos sólo por producir un tema (Ídem).

Por otro lado Dr. Shenka de las bandas Panteón Rococó y Proyecto Maconha, quien ha transitado por el camino independiente hasta llegar a uno masivo y por ende más costoso, nos habla que un productor en el ámbito del rock nacional puede oscilar “entre 3 mil o 4 mil dólares por canción variando el productor. Ya si nos vamos un poquito más con famosos como K. C. Porter o Gustavo Santaolalla, pues sí, los precios se incrementan un poquito más [...] y una masterización en el caso de Panteón nos está saliendo en 15 mil dólares como máximo” (D. Shenka, entrevista personal: marzo de 2015).

Otra experiencia que nos permite hacer una radiografía del ámbito independiente es la del proyecto Mr. Blaky quien nos expone el proceso de su cuarto álbum Fiesta y Resistencia:

Hicimos nuestro tercer álbum con productor y salió por Blackstone Records-Intolerancia y aunque fue una experiencia de mucho aprendizaje, decidimos realizar el cuarto álbum por nuestra cuenta, a nuestro gusto y con toda la libertad posible, así que hicimos la preproducción de las canciones y comenzamos a maquetarlas en *Cubase*, después nos metimos a varios estudios de grabación que se nos iban acomodando en los viajes, así que fue variando el precio, algunos 400 la hora, otros 200 el *track* grabado y otros 700 por día. Cuando tuvimos ya toda la grabación hecha, la mandamos mezclar y masterizar a España en un estudio de un amigo que nos cobró 100 dólares por tema. Posteriormente la maquila del álbum nos costó 14 pesos por pieza en un tiraje de 1,000 unidades. Este proceso fue mucho más rico y libre, mayor trabajo también, pero tenemos un producto apegado a nuestras exigencias y visiones de la música y la industria (M. Blaky, entrevista personal: septiembre de 2018).

Como hemos observado, producir un álbum puede ser un proceso de distintas caras y precios, y los músicos lo van viviendo de acuerdo a sus posibilidades económicas y sus necesidades técnicas a lo largo de su carrera. Un proyecto musical que se mantiene activo y en crecimiento generalmente tiene una tendencia a escalar hacia una mayor

profesionalización al producir sus álbumes: mejores estudios, ingenieros, productores, instrumentos, equipos de sonido.

Para finalizar este apartado, con el afán de marcar ciertos caminos ya explorados en la industria de la música mexicana, sin generalizar, intentaremos realizar una tabla guía con los diferentes procesos y actores que intervienen en la producción de un álbum y sus posibles costos.

Actividad	Costo
Trabajar con productor	Un porcentaje de todos los ingresos del proyecto musical Productores de honorarios fijos: Nivel principiante: desde 500 pesos mexicanos por canción Nivel intermedio: 2-5 mil pesos mexicanos por canción Nivel avanzado (caché alto): Entre 3 y 4 mil dólares por canción
Estudio de grabación	Nivel principiante: 500 pesos mexicanos la canción Nivel intermedio: 400 pesos mexicanos la hora Nivel avanzado: 1,500 pesos mexicanos el día
Mezcla	Nivel principiante: 500-1,500 pesos mexicanos por canción Nivel intermedio: 3-4 mil pesos mexicanos por canción Nivel avanzado: 5 mil pesos mexicanos en adelante
Masterización	Nivel principiante: 1-2 mil pesos mexicanos por álbum (10-12 canciones) Nivel intermedio: 3-7 mil pesos mexicanos por álbum (10-12 canciones) Nivel avanzado (caché alto): 15 mil dólares en adelante
Diseño del arte del álbum	Nivel principiante: 2- 4 mil pesos mexicanos Nivel intermedio: 8-15 mil pesos mexicanos Nivel avanzado (artistas con caché alto): 25 mil pesos mexicanos en adelante
Maquila o maquetación del álbum	Los precios pueden variar entre 6.50 y 17 pesos mexicanos por unidad, dependiendo el tipo de empaque que se elija

Consideraciones finales

En la era digital, con las redes sociales y otras plataformas de creación, distribución y consumo, las industrias culturales en general, y la de la música en particular, están experimentando una serie de transformaciones importantes, con diferentes actores y procesos socioeconómicos, que merecen ser examinadas desde la academia, las instituciones gubernamentales y la sociedad en general, para impulsar propuestas de política pública adecuadas a la realidad actual.

En el caso de los músicos rockeros independientes, insertos en esa transición, los cambios se hacen notorios a través de toda la cadena de

producción de materiales sonoros, especialmente en la producción; la figura del productor, por ejemplo, presenta particularidades significativas adecuadas a la época actual, y a la representación social que tienen los músicos independientes sobre él, misma que se modifica y adapta a la era digital. Existe un consenso sobre la importancia del productor en las cuestiones técnicas, administrativas y sociales de la fase analizada, aun cuando su presencia dependa de las aspiraciones, necesidades y condiciones económicas de cada proyecto.

En cuanto a las etapas de preproducción, producción grabación y posproducción, está claro que nos encontramos con eslabones fundamentales para la consecución de materiales de calidad, que se entrelazan para ir llevando un proceso ordenado y sin complicaciones, y que el fallo en alguno afectará a los demás en perjuicio del proyecto general. En este punto la implicación de los músicos independientes mexicanos es fundamental, ya sea que tomen las decisiones de manera individual o de la mano de un productor experimentado. Sin duda, la piedra angular que determina el profesionalismo del sonido de los proyectos musicales.

Por otra parte, el diseño de arte de un álbum, es un complemento que los músicos independientes mexicanos generalmente consideran como importante, para los fines comerciales que se persigan, y la tendencia, desde el punto de vista económico, suele ser variable dependiendo de una multiplicidad de factores como el caché, el diseñador, las horas de diseño.

El debate sobre las particularidades de la maqueta, insertada en la era digital, es necesario continuarlo y extenderlo a través de posteriores trabajos académicos, pues sus características contrastan con las nuevas tendencias digitales, y formas de distribución provistas por Internet y sus posibilidades. Una correlación importante entre lo *offline* y lo *online*, que ocurre a lo largo de todas las ramas de las industrias culturales.

Dicho lo anterior, continuamos exhortando al análisis de todos los sectores culturales, en específico el de la música, desde distintas perspectivas realizadas por los diversos centros de investigación en ciencias sociales distribuidos en el país, así como a la participación ciudadana y todos los involucrados en el sector musical, con el objetivo de fortalecer el banco de datos, para contribuir a la discusión y desarrollo positivo de la industria de la música mexicana.

Bibliografía

- Abeillé, C. (2015). Un análisis de sociología de la cultura: Manchester Sound, Factory Records y Joy División. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/288221/caa1de1.pdf> 5 de marzo de 2020]
- Adorno, T. (1995). “Sobre la obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica”, en: T. Adorno, Sobre Walter Benjamin. Madrid: Cátedra.
- Arango Archila, F. (2016). El impacto de la tecnología digital en la industria discográfica. Disponible en: <http://www.scielo.edu.uy/pdf/dix/v24n1/v24n1a03.pdf>.

- Benjamin, W. (2010). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en: W. Benjamin, *Estética y política*. Buenos Aires: Las cuarenta.
- Bregitzer, L. (2009). *Secrets of Recording: Professional Tips, Tools & Techniques*. Massachusetts: Focal Press.
- Buquet, G. (2008). "La industria discográfica: reflejo tardío y dependencia del mercado internacional", en: E. Bustamante (Coord.), *Comunicación y cultura en la era digital*. Industrias, mercados y diversidad en España, Barcelona: Gedisa, 67-106.
- Bustamante Ramírez, E. (2018). *Las industrias culturales y creativas*. Periférica Internacional. *Revista Para El Análisis De La Cultura Y El Territorio*, (18). Recuperado a partir de <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178>
- Calvi, Juan C. (2006). "La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración", en: *Revista Zer*, 21. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-08-calvi.pdf>.
- Fernández Velázquez, J. A. (2013). "Una aproximación al estudio de las músicas como parte del consumo cultural", en: revista *El artista*. Número 10, Pamplona, Colombia: Universidad distrital Francisco José de Caldas, 164-175.
- Flichy, P. (1980). *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble,.
- Garay, A. (1996). "De el rock como conformador de identidades juveniles", en: *Nómadas (Col)*, núm. 4, marzo. Universidad Central: Bogotá, Colombia.
- Garofalo, R. y Chapple, S. (1997). *Rock'n Roll is Here to Pay*. Chicago: Nelson Hall.
- Garnham, N. (2011) *De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido*, en Bustamante, E. (Ed) *Industrias creativas: Amenazas sobre la cultura digital*, Editorial Gedisa, Madrid.
- Guadarrama Olivera, R. (2014). "Multiactividad e intermitencia en el empleo artístico. El caso de los músicos de concierto en México", en: *Revista Mexicana de Sociología* 76 (1): 7-36. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032014000100001&script=sci_abstract
- Guerrero, L. M. (2001). *La entrevista en el método cualitativo*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (2006), *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid.
- Kusek, D., (2007). *The Plunge of the Major Music Labels* (New York Times report), en: *The End of Music 1.0 is Near? The Future of Music*. Disponible en: http://www.futureofmusicbook.com/music_copyright_1_egal/index.html.
- Lamacchia, M. C. (2017). *La música independiente en la era digital*. Tesis de posgrado. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA Repositorio Institucional de Acceso Abierto <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/727>
- López Noguero, F. (2009). "El análisis de contenido como método de investigación", en: *XXI, Revista de Educación*, 4 (2002). Universidad de Huelva. 167-179. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequen>

- Machillot, D. (2018). “La profesión del músico, entre la precariedad y la redefinición”, en: *Revista Sociológica*, año 33, número 95, septiembre-diciembre. 257-289 Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v33n95/2007-8358-soc-33-95-257.pdf>.
- Martinelli, L. (2015). *Guía Rec: herramientas para músicos emprendedores*. Disponible en: https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/09-produccion-musical-en-estudios-no-profesionales_guia-rec.pdf
- Noguero, F. (2009) *Métodos de Investigación y planificación en intervención socioeducativa*. Universidad Nacional de Nicaragua (UNAN-Managua) Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), Universidad Pablo de Olavide (Sevilla-España).
- Palmeiro, C. y Krakowiak, F. (2005). *La industria del Disco, Economía de las PyMEs de la industria discográfica en la Ciudad de Buenos Aires*. Investigación Observatorio de Industrias Culturales. Buenos Aires. OIC.
- Ramírez-Paredes, K. G., Villar-García, M. G. y Maldonado-Reyes, A. A. (2017). “Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México”, en: *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, núm. 21, México: UAEM. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477948279052>
- Stolovich, L., Lescano, G. Y Mourelle, J. (1997). *La cultura da trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en Uruguay*. Uruguay: Editorial Fin de Siglo.
- Torres Osuna, C. D. (2017). *Músicos independientes mexicanos y sus facetas socioeconómicas: de la creación al concierto en vivo*. Editorial Universum, Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Zallo, R. (1988a). *Economía de la cultura*, Madrid: Akal.

Notas

1. Los digipacks consisten generalmente en un Gatefold o estuche-portafolio, cuyas tapas se abren como si fuera un libro (es desplegable), comúnmente el material del estuche viene hecho de cartón o si no con una envoltura semiempastada en la encuadernación externa del mismo. En su parte interna el digipack trae una o varias bandejas plásticas capaces de mantener sostenido (insertándolo) el CD o DVD en su interior (Wikipedia, 2015).
2. Es una cadena de tiendas de música en CD y vinilos, videojuegos, Blu ray, libros y DVD's en México.

Notas de autor

- * Doctor en Comunicación, cambio social y desarrollo por la Universidad Complutense de Madrid; miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), Profesor e Investigador de Tiempo Completo Titular “C” en la Facultad de Ciencias Sociales de Mazatlán de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Analista de las industrias culturales en general y de la industria de la música en particular, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura. Autor de diversos capítulos de libros, artículos científicos y de los libros *In Stereo: La industria de la música actual* (2014); *Efectos*

económicos y socioculturales de la globalización en México y España (2014); *Músicos mexicanos independientes y sus facetas socioeconómicas: desde la creación hasta el concierto en vivo* (2017). Realizó estudios de posgrado en el extranjero con beca CONACYT; distinción honorífica de Doctor Europeo por la Unión Europea; estancia de investigación en la Universidad de Grenoble (Francia); becario del programa Doctores Jóvenes de la Universidad Autónoma de Sinaloa (2007-2012); reconocimiento por la estancia posdoctoral en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM por CONACYT (2014-2016); reconocimiento por contar con el Perfil Deseable para Profesores de Tiempo Completo (SEP, 2017); pincity@hotmail.com