



## **FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

### **Integrantes:**

Camarero, Luciana. Legajo: 20148/7

Richieri Ortenzi, Marilú. Legajo: 20940/4

Ruíz de Arcaute, Enrique. Legajo: 20206/9

*Banda de sellos. La historia y evolución de los sellos discográficos independientes en la escena musical platense.*

En este recorrido investigamos los sellos más relevantes de la escena musical platense desde sus surgimientos, sus trabajos, organización, rentabilidad y sustentabilidad a través del tiempo. Se abordan los casos de Cala discos, Laptra discos, Concepto Cero y Dice discos porque los cuatro han influido con su trabajo en el camino independiente de los sellos discográficos de la ciudad.

### **Directora:**

Claudia Rotouno.

### **Co- Director:**

Camún, Mariano.

## **ÍNDICE**

<b>Agradecimientos</b> .....	3
<b>Descripción del proyecto</b> .....	4
<b>Objetivo general y objetivos específicos</b> .....	4
<b>Marco Teórico</b> .....	5
<b>Métodos y técnicas</b> .....	10
<b>Introducción</b> .....	12
<b>-Capítulo I</b>	
-La crisis.....	18
-Las nuevas tecnologías .....	22
<b>-Capítulo II</b>	
-Eco que tuvieron los sellos independientes en La Plata .....	26
-Desembarco en la plata .....	28
-Experiencia cala .....	29
-Lo viejo de lo nuevo .....	32
-Materializar es la tarea .....	34
<b>-Capítulo III</b>	
-Arte y trabajo .....	38
-Lucha y supervivencia .....	40
-Sellos de gestión colectiva. Sellos de organización tradicional .....	42
-Concepto Cero y Laptra .....	44
-¿Cómo se forma el catálogo de artistas? .....	48
<b>-Capítulo IV</b>	
-Los sellos diez años después. La nueva generación. ....	51
Caso Dice Discos.	
-Sustentabilidad y permanencia .....	53
-El toque de distinción .....	56
-Cambiemos .....	57
<b>-Conclusiones</b> .....	60
<b>-Bibliografía</b> .....	63

## **Agradecimientos**

En primer lugar agradecer a todas las personas que estuvieron presentes durante este recorrido, a quienes nos prestaron su presencia para las entrevistas, a nuestra Directora Claudia Rotouno y Co- Director Mariano Camún que nos cedieron parte de su compromiso para orientarnos en este proceso de Trabajo Integrador Final.

A nuestros compañeros y compañeras de la facultad con quienes fuimos gestando una amistad, y en especial a Rocio Teves quién nos brindó su ayuda al momento del diseño estético.

A nuestros amigos y amigas por fuera de la institución quienes brindaron su apoyo en todo momento.

Y por último, a nuestros familiares que estuvieron incondicionalmente presentes durante el trayecto de la carrera.

Enrique, Luciana y Marilú.

### **Breve descripción del proyecto:**

En la ciudad de La Plata existe una proliferación de bandas y de sellos discográficos que buscan apoyar y profesionalizar a los músicos platenses.

La realización del proyecto será a través de una investigación en el ámbito comunicacional ya que consideramos que los sellos discográficos independientes de la ciudad de La Plata surgen ante la necesidad de difundir nuevas bandas que no fueron ni son representadas por los sellos que apuestan a productos comerciales. Teniendo en cuenta el contexto económico-político que vivió el país a principio de siglo la industria musical se vio afectada en el consumo tradicional, es decir, en la producción y venta de discos en formato físico (Cd, vinilo). A raíz de esto, los grandes sellos discográficos en Argentina prefirieron apostar a lo comercial dejando sin lugar a las nuevas bandas que iban surgiendo en ese momento.

Es bajo este contexto, donde se comienzan a diseñar proyectos alternativos, en su mayoría independientes. Éstos proyectos fueron ampliándose a medida que se incorporaron las nuevas tecnologías que no solo facilitaron el trabajo, sino que también brindaron nuevas herramientas que permitieron ampliar y mejorar la información, el conocimiento y la difusión.

Es decir que los sellos independientes surgieron no sólo por el factor económico, sino por cierta independencia que permitieron las nuevas tecnologías para producir material, en este caso, musical.

### **Objetivo general:**

Indagar el protagonismo que ocupan los sellos discográficos independientes en la escena musical platense para dar cuenta si su rol es meramente estético, si son sólo un sustento para las bandas o si son un grupo de personas que apuestan a la difusión artística.

### **Objetivos específicos:**

- Conocer el funcionamiento, organización, sustentabilidad y rentabilidad de los sellos discográficos independientes de La Plata.
- Conocer cuál es el rol que ocupan las nuevas tecnologías dentro y para el funcionamiento de los sellos discográficos independientes.
- Investigar sobre el trabajo de producción, edición y difusión de los sellos independientes.
- Conocer cómo se marca una estética musical desde los sellos independientes de La Plata.
- Indagar si las nuevas tecnologías permitieron la independencia de los sellos a partir de las nuevas formas de producción.

### **Marco Teórico**

Conceptos: Industrias culturales- Sellos discográficos- Nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información- Comunicación- Alternativo.

Abordaremos la definición de “Industrias culturales y creativas”

“El término industria cultural se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por copyright y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Las industrias culturales incluyen generalmente los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño”.<sup>1</sup>

Primeramente esta definición nos sirve, desde el punto de vista contextual, para saber donde se enmarcan los sellos discográficos dentro de la cultura. Hablar de industria puede resultar un término universal y/o ambiguo, sin embargo este

---

<sup>1</sup> UNESCO (2006): “Comprender las Industrias Creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas” Ver en [http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural\\_stat\\_es.pdf/cultural\\_stat\\_es.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf)

concepto propuesto por la UNESCO destaca los aspectos fonográficos, multimedial y de diseño presentes en los productos de nuestro objeto de estudio.

Sin embargo, creemos que el concepto propuesto por Ramón Zallo nos permite delimitar el campo en relación a la idea de que los sellos discográficos son productores culturales de sentido. Este autor define a la industria cultural como “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de bienes y mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizado por un capital que se valoriza y destinado finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”.<sup>2</sup>

#### Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información:

“Se denomina “Tecnologías de la Información y de la Comunicación” (TICs) el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas -hardware y software-, soportes y canales, relacionado con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información, que permite su adquisición, producción, tratamiento, comunicación, registro y presentación en forma de voces, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética”.<sup>3</sup>

Para Julio Cesar Paz Sal son consideradas como “nuevas TICs” aquellos procesos desarrollados durante este siglo que adquieren una notoriedad social y científica.

Entre los atributos a destacar de las nuevas tecnologías que propone este autor, tomamos el de *la deslocalización*: la información prescinde de los límites espaciales estipulados por el contexto de producción; *la digitalización*: porque promueve perspectivas extraordinarias de operación a partir de su sencillez y su universalidad; *la innovación*: porque existe un mejoramiento de las funciones que realizaban las tecnologías precedentes; *la instantaneidad*: referido a la velocidad que circula la información; *la*

---

<sup>2</sup> Zallo, Ramón (1992): “El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación”. Editorial Tercera Prensa, San Sebastián, España.

<sup>3</sup> Sal Paz, Julio César (2010): “Notas sobre las Tecnología de la Información y de la Comunicación”. En Revista Sociedad y Discurso No. 17 de la Universidad de Aalborg, Dinamarca.

*interactividad*: porque el uso de internet proporciona una comunicación bidireccional de persona a persona o entre un individuo y un grupo; *la penetración en todos los sectores*: el impacto de las nuevas tecnologías se extiende al conjunto de las sociedades planetarias.<sup>4</sup>

Estas categorías que menciona el autor nos permiten pensar cómo los sellos discográficos pueden desplazarse del aquí y ahora para hacer llegar sus producciones al otro lado del mundo mediante la digitalización. A su vez, las nuevas tecnologías permiten que los sellos tengan espacios de innovación y creación de nuevas estéticas desde sus plataformas hasta el sonido.

Mediante la digitalización y la deslocalización, los sellos de esta nueva era de la instantaneidad permite que un producto musical desde un soporte o plataforma pueda llegar a varios dispositivos al mismo tiempo.

El uso de internet sumado a los nuevos soportes digitales y sus formas de apropiación proporcionan una comunicación bidireccional de persona a persona o entre un individuo y un grupo. En la actualidad, la reproducción musical mediante el streaming ha llegado a todas partes y ha cambiado los modos de consumir y apropiarse de la música. A su vez, ésta herramienta es la que permite la penetración en todos los sectores tras extenderse al conjunto de la sociedad planetaria. Dejando así a la Industria Fonográfica como un modelo antiguo u obsoleto de consumir la música, que no significa que no se sigan vendiendo discos en formato físico.

Las nuevas tecnologías son elemento primordial para los sellos discográficos: lo fueron al momento de su formación facilitando la edición de discos, la comercialización de los mismos y su difusión y también lo son para la comunicación interna entre sus miembros y la relación con el público y los medios. La mejora en la calidad de los productos es otra consecuencia del avance tecnológico, así también el alcance y las repercusiones del material y el libre acceso al mismo.

---

<sup>4</sup> Idem.

“Lo que la revolución tecnológica de este fin de siglo introduce es un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos- que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios: un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa”.<sup>5</sup>

Utilizaremos este concepto para interpretar lo que las nuevas tecnologías de la comunicación aportan a los sellos discográficos independientes, para pensar en los nuevos modos de relacionarse, comunicarse, producirse y difundirse.

### Comunicación/cultura.

La comunicación entendida como “producción social de sentido” aparece en esta relación de consumo entre el público y el show o el disco, como así también desde la interacción digital que existe en las redes sociales.

Para reflexionar sobre el rol de los sellos discográficos independientes en la Ciudad de La Plata, tomaremos las hipótesis que formula Eliseo Verón, porque entendemos que nuestro objeto de estudio está determinado por unas condiciones de producción que le dan sentido protagónico en éste trabajo. Por lo tanto, como dice Verón: “toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso signficante, sin explicar sus condiciones sociales productivas. Y todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis (más o menos micro o macrosociológico)”.<sup>6</sup>

A su vez, el aporte que realiza Jesús Martín Barbero sobre la Cultura, la cual considera clave comprenderla desde su naturaleza comunicativa y en relación a lo que menciona Verón, la producción significativa no se da sólo en la circulación de

---

<sup>5</sup> Barbero, Jesús Martín (2002): “Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo”. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO, Guadalajara, México.

<sup>6</sup> Verón, Eliseo. (1987): “La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad”. Editorial. Gedisa. Buenos Aires, Argentina.



informaciones, sino también “en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también.”<sup>7</sup>

Esta relación Comunicación/Cultura nos sirve para pensar sobre el rol de los sellos discográficos como productores de sentido dentro de un contexto en el que, sumado al auge tecnológico, reconfiguran lenguajes, estilos, escenas, formas de consumo, entre otras prácticas culturales.

### Sellos discográficos:

“Son las entidades determinantes, activas y responsables de prácticamente todas las actividades y las funciones relacionadas con la fijación del sonido en un soporte. No obstante también abarcan aquellas funciones vinculadas a los aspectos económicos y ejecutivos de una producción”.<sup>8</sup>

De estas instituciones, protagonistas de nuestro estudio, vamos a tomar principalmente las actividades referidas a la organización económica y ejecutiva, la difusión del material y los eventos y las estrategias de comercialización y distribución del material.

### Alternativo

“Lo alternativo no necesariamente niega lo existente, sino que a veces su función puede ser de complemento a lo ya dado (...). A nuestro modo de ver, lo alternativo, si lo es en realidad, debe ser capaz de copar algunos espacios de lo

---

<sup>7</sup> Barbero, Jesús Martín (1998): “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.” Convenio Andrés Bello, Santa Fe de Bogotá, Colombia.

<sup>8</sup> Programa Recalculando (2015): “Guía REC. Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música”. Ministerio de Cultura de la Nación. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

comercial, de manera que alternativo no sea sinónimo de marginal, porque entonces sería, en los hechos, muy poco alternativo en realidad.”<sup>9</sup>

Lo alternativo para este autor “no es por definición lo que se opone, sino lo que lo que construye aquello que antes no era (...) no es lo que se distancia, sino aquello que aquello que tiene la capacidad de crear convergencia de voluntades (...) no se caracteriza caracteriza por lo que niega, sino por lo que afirma (...) puede provenir de instancias instancias estatales, empresariales o de la sociedad civil en general y en casos afortunados, puede ser una confluencia de ellas”.<sup>10</sup>

La definición de alternatividad nos ayuda a entender cómo los sellos discográficos independientes construyeron un camino diferente al utilizado por los grandes sellos.

Si bien mantienen similitudes van alternando principalmente en la forma de producción, distribución y comercialización, como así también los aspectos económicos que rigen la organización de cada sello en particular.

### **Métodos y técnicas:**

La metodología que vamos a utilizar para el abordaje es la cualitativa propuesta en el “Manual de metodología”, donde “El investigador está inmerso en el contexto de interacción que desea investigar. Se asume que la interacción entre ambos y la mutua influencia son parte de la investigación”<sup>11</sup>

Tomaremos los métodos de análisis para estudio de los cuatro sellos mencionados anteriormente. La recopilación de los datos será mediante la observación participante que Rosana Guber en “La etnografía, Método, Campo y Reflexividad” define como: “recordar, en todo momento, que se participa para observar y que se observa para

---

<sup>9</sup> Chaparro Valderrama, J (1996): “Metodologías para la construcción comunitaria: la generación de proyectos”. UNISUR. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Bogotá, Colombia.

<sup>10</sup> Idem.

<sup>11</sup> Sautu, Ruth; Boniolo, Paula; Dalle, Pablo y Elbert, Rodolfo (2005): “Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología”. CLACSO. Buenos Aires, Argentina.

participar, esto es, que involucramiento e investigación no son opuestos sino partes de un mismo proceso de conocimiento social”<sup>12</sup>. Llevado a nuestro trabajo, el método de análisis consistirá en asistir a posibles eventos organizados por los sellos, introducirnos en su labor cotidiana y observar su llegada al público.

Y además utilizaremos entrevistas semi-estructurada, tal como lo establece el libro “Metodología y técnicas de investigación social”, el cual define “En este caso el entrevistador dispone de un «guión», que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista”<sup>13</sup>. Se realizarán a los referentes de cada sello, de cada banda, a promotores de los diferentes festivales que se realizan en la ciudad, a periodistas especializados en el tema como también utilizaremos la observación participante en las distintas actividades que realicen los sellos con los artistas.

---

<sup>12</sup> Guber, Rosana (2001): “La etnografía, Método, Campo y Reflexividad”. Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

<sup>13</sup> Corbetta, Piergiorgio (2010): “La entrevista cualitativa” en “Metodología y técnicas de investigación social”. Edición Revisada. Mc Graw Hill, Madrid, España.

## Introducción



Este Trabajo Integrador Final tuvo sus inicios cuando comenzamos a preguntarnos sobre la historia cultural platense, que si bien nuestras prenociones estuvieron relacionadas a lo que compete pensar una ciudad compuesta por facultades, con una amplia variedad de carreras, para luego hacer foco en la facultad de bellas artes y sus influencias con el arte (la cultura).

Esto nos abrió el camino para pensar en los numerosos centros culturales, y con ellos sus eventos, sus shows, ferias, entre otras actividades. Y en ese devenir de ideas fue que comenzamos a cuestionarnos sobre los sellos discográficos. Ocurrió también que nos generaba intriga la forma en que se los nombra o autodefinen: algunos independientes, otros autogestivos, otros alternativos, y a partir de ahí fue que comenzamos a encontrarle sentido y cuestionarnos aún más sobre sus roles dentro de la escena cultural de La Plata.

Por nuestros preconceptos sobre cuestiones como el sustento económico, trabajos de edición y organización, pensamos una primera hipótesis, que con el correr de las primeras entrevistas y acercamiento a la temática, fuimos descartando.

Creer que los sellos discográficos independientes cumplen la función de salvadores de todas aquellas bandas que no estaban en la visión de los grandes sellos. Sobre todo si se tiene en cuenta que son los mismos protagonistas quienes están a cargo de las organizaciones de los mayores eventos culturales del año.

Este primer paso nos permitió repensar y reformular la manera de llevar adelante este trabajo, además de creer que los sellos independientes cumplen un rol fundamental dentro de la escena cultural platense y que por lo tanto debíamos averiguarlo.

A lo largo del trabajo se encontrarán con el ideal de labor colaborativo y lucha por permanecer en una escena que demanda originalidad e innovación, pilares indispensables en contextos de renovación. A su vez, las experiencias mutuas de los participantes activos de éste ámbito que fue montándose mediante la retroalimentación constante con otras expresiones artísticas y diferentes disciplinas que luego ayudarían a marcar una estética, planear los eventos que presentan determinadas características en cuanto a lo visual, la iluminación, flyers, pero, principalmente, es imposible pensar un sello

sin reconocer que está integrado por un grupo de personas trabajando bajo un mismo fin: difundir música. Que no está limitado a la mera grabación, edición y comercialización de un disco, sino de un trabajo previo y posterior para que todo eso suceda.

Estas formas de organizarse dan lugar a otros modos de entender el papel que juega la música en este lugar, como también formas de entender la amistad, las relaciones sociales, características que se construyen en el hacer, en la acción directa.

Para saber sobre esas cuestiones comenzamos este camino realizando nuestra primer entrevista al periodista Ariel Valeri, quien nos dió una orientación sobre su visión de la cultura platense y lo que conocía de los sellos en relación a eso, nos pasó contactos para seguir consultando, pero ésta vez a personas que integren los sellos. Es por eso que después recurrimos a Alexis Turnes Amadeo, persona que conoce y comparte experiencias en este ámbito y quien entiende sobre el funcionamiento de los sellos, quienes perduran y quienes no.

Entre recomendaciones y sugerencias fue que tuvimos la posibilidad de hablar con Javier Sisti Ripoll de Laptra; Lautaro Barceló de Uf Caruf! e integrante de la banda El Estrellero; Gustavo Caccavo, alias el Tano de Cala Discos; Gastón Le integrante de la banda Un Planeta y Laureana Buki de Camión, ambos integrantes de Dice Discos; Nicolás Madoery músico y director de Concepto Cero.

Hablamos también, para tener una visión por fuera de los integrantes de los sellos como la de Valeri, con José María Calderón, mejor conocido como Cuchi, quien es uno de los organizadores de Ciudad Alternativa; Germán Duymovich, periodista, productor musical y ex conductor del programa radial “Los Sellos” por Radio Universidad; Ornela Boix, socióloga quien realizó su tesis de grado y posgrado en base a la escena indie de La Plata. Asistimos a la ponencia “¿Cómo funciona la música? Estrategias y contrapuntos en los estudios sociales de la música ” en la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional de La Plata la cual contó con los siguientes panelistas: el docente e historiador, Sergio Pujol; la Doctora en Ciencias Sociales, profesora e investigadora, Ana Wortman; el periodista de Rolling Stone, Página 12 y Radio Nacional, Juan Provéndola y el Doctor en Ciencias Sociales y docente universitario, Víctor Lenarduzzi.

Fue en el trayecto de estas entrevistas que decidimos hacer la selección de cuatro de los sellos existentes de la ciudad de La Plata. Dicha elección no fue al azar, sino que a partir de lo que nos fueron comentando los entrevistados fuimos dilucidando que Cala Discos cumplió su rol fundamental siendo pionero dentro del rubro independiente de la

ciudad, con reinenciones constantes al momento de llevar adelante una puesta en escena que sea alternativa, con diseños que se caracterizan por lo artesanal, con nuevas maneras de difusión pero aún así limitadas en relación a las herramientas que poseemos en la actualidad y como inicio del uso de las nuevas tecnologías de forma casera. Luego coincidimos que Laptra y Concepto Cero son dos sellos reconocidos actualmente por su permanencia hace ya varios años, por sus diferencias y disputas entre ellos aunque éstas no sean visualizadas (o reconocidas). Sí es cierto que todos los entrevistados nos supieron dar visiones totalmente diferentes de cada uno, lo que nos permitió reconocer diferencias en la organización, toma de decisiones, y formas de trabajo.

Por último DICE Discos, que con cuatro años de vida como sello independiente supo marcar una diferencia con el resto, primero por ser de Villa Elisa, segundo porque apuntan a la edición de artistas sin la necesidad del formato físico para la difusión, contando con las plataformas streaming, y tercero, apuestan a los eventos con una visión más personalizada.

La presentación del material se diagramó a través de cuatro capítulos pensado con el objetivo de poder comprender este mundo que consideramos amplio y complejo de una manera cronológica.

El capítulo primero aborda la historia del surgimiento de este movimiento independiente en el país en un contexto político determinado y en relación a la música, sus formas de sustento y nuevos modos de producir que comenzaron a pensarse producto de la crisis y el impacto que comenzaban a tener las nuevas tecnologías. No podíamos obviar estas cuestiones que nos habilitaron a comprender su origen.

En el capítulo segundo era necesario retratar el comienzo de nuestro objeto de investigación, y en esto coincidimos que La Plata es el espacio adecuado. Realizamos un acercamiento sobre el impacto que tuvieron esas expresiones desde lo independiente en la ciudad y cómo se materializó con la formación de Cala Discos como sello independiente pionero. Aún así, más allá que este sello haya dejado de tener funcionamiento, es reconocido dentro de éste ámbito por sus trabajos realizados de manera artesanal y las bandas que lo componían; algunas de ellas siguen vigentes y son íconos por sus trayectorias.

El tercer capítulo está orientado a los modelos aún vigentes, que con varios años de trabajo permanecen en la escena, con formas de organización y concepciones de lo independiente distintas, pero reconocidos tanto dentro como fuera del rubro. Tomamos

como ejemplo el caso de Concepto Cero y Laptra como dos caminos marcados por diferencias y similitudes dentro del espacio y que, a través de una reconfiguración del arte en el trabajo, marcaron dos estilos de sello discográfico independiente.

Por último, el capítulo cuatro decidimos abordarlo desde lo más actual para tener en cuenta cómo la escena sigue en pie, con nuevas formas de trabajos, nuevos dispositivos de difusión e innovaciones. Dice Discos es uno de los sellos más nuevos, con apenas cuatro años de vida supo consolidarse y tener una visión innovadora en relación a lo estético de cada artista en particular.

Hablar de sellos discográficos puede remitirnos a la mera producción de discos, pero es necesario remarcar que esa etiqueta no debe dejar por fuera otras actividades como la difusión de la música, la organización de eventos, y todo lo que acompaña a un proyecto creativo, cultural y artístico. Es por esto que en cada capítulo se retoman estas cuestiones porque cada uno de ellos tiene una manera distinta -o casi- de manejarse y/o priorizar unos objetivos por sobre otros.

El campo de la comunicación abre el abanico para mirar los sellos desde una perspectiva que permite hacer visible desde la cultura, una manera de hacer música que está relacionada con formas de mirar el mundo, desde la autogestión. Y por eso, consideramos que el aporte de este Trabajo Integrador Final hace a la comunicación tiene que ver con explorar estos actores protagonistas de una escena en construcción, una escena que tiene como pilar fundamental la solidaridad entre pares y el entrecruce de saberes previos combinado con experiencias personales que los une en el objetivo de marcar un camino lejos del sentido común.

Encontramos en la investigación un universo plagado de contradicciones y luchas de empoderamiento de ciertas herramientas a la hora de estar y permanecer. En este sentido, es que vimos en los sellos independientes un proceso de producción de sentido que los acerca a una disputa constante de las apropiaciones de lugares; como plazas y centros culturales, de las palabras; ya que entendemos que los sellos tienen la capacidad de llegar a la juventud platense y más aún a grupos de personas relacionadas a la música, a la presencia en radios locales que colaboran y son partícipes de la difusión de la misma, y por último sin dejar de mencionar el gusto que dejan los emprendimientos independientes o autogestionados.

No somos ajenos a eso y por eso es tan característico el contexto en el que surgen, en una ciudad cargada de expresiones artísticas en donde los sellos difunden su

arte y éstos son recepcionados por un público activo, que consume de esta escena independiente y que también la resignifica, la cuestiona, la ve, la escucha, la siente, la baila, la comparte.

### **Ciudad de La Plata**

En la ciudad de La Plata confluyen varios factores que hicieron de la capital provincial un espacio reconocido por su extensa y variada cultura.

La llegada de estudiantes desde interior del país y de Latinoamérica para estudiar en la Universidad Nacional de La Plata hicieron de la ciudad un centro federal y juvenil. A mediados de los '60 la formación de La Cofradía de la Flor Solar marcó un antes y un después en materia artística. Una experiencia que iniciaron estudiantes de la Escuela Superior de Bellas Artes con la idea de unir la vida al arte y que más tarde se transformó en una comunidad hippie que se instaló en la afueras de la ciudad y que recibía las visitas de músicos como Luis Alberto Spinetta o de escritores como Miguel Grimberg, entre otros. Todo esto dentro de un contexto internacional de descontento de las juventudes donde se destaca el inicio del hipismo en San Francisco y la revuelta del Mayo Francés<sup>14</sup>.

En palabras de uno de los integrantes de La Cofradía, Ricardo Cohen conocido como Rocambole, explicó en una entrevista realizada en mayo de 2004 para una página web<sup>15</sup> que “lo nuestro quería ser una revolución estética y de costumbres más que un cambio brutal a través de las armas”. Los estudiantes universitarios se reunían en los bares para discutir de política y arte y de ahí surgieron ideas que se plasmaron en experiencias concretas como el Instituto Di Tella. “Fue una época de mucho dinamismo, creatividad y de ganas de realizar cosas” concluye el artista plástico.

La Cofradía funcionó como una semilla que años después germinó en bandas como Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota y Virus que formaron parte de la nueva

---

<sup>14</sup> Se denomina Mayo Francés a una serie de acontecimientos ocurridos en mayo de 1968 en Francia y que marcó la historia contemporánea de ese país. Fue una ola de protestas y huelgas en manos de los estudiantes y trabajadores en contra del Estado. Como resultado se estima que fue la mayor revuelta estudiantil de la historia de Francia y tuvo repercusión en todo el continente Europeo y en América Latina ya que se dio en simultáneo con el movimiento hippie.

<sup>15</sup> <http://www.lahistoriadelrock.com.ar/esp/repo-rock.html>



generación de música en Argentina y que destacaron a La Plata por estilo y vanguardismo.

Con el éxito que tuvieron estas bandas se abrió el camino para que en la década del '90 surgieran bandas que continúan sonando en la actualidad como Peligrosos Gorriones, Guasones o Estelares y que mantienen a la ciudad como partícipe necesario.

En la actualidad existe una mirada especial sobre las producciones nacidas en La Plata y la escena cuenta con un estilo propio dentro de la cultura nacional. La continua presencia de estudiantes de todas partes mantienen viva esa esencia porque, a pesar que ya no exista la bohemia de hace unos años ni la cultura de los bares, las charlas de política y arte siguen siendo parte de esta interacción juvenil.

## Capítulo I



### La crisis del 2001

La industria musical en Argentina tuvo sus tiempos de furor en cuanto al consumo en las décadas del '60 y '70 en donde el tango, folklore, cuarteto, cumbia, pop y rock eran difundidos por la radio y la venta de fonogramas, como así también éstos se expresaban, tal como lo aclara Atilio Stampone -músico argentino de tango-, en los “espacios de exhibición y baile”. El autor explica en su artículo “El mismo problema”, que la industria nacional fue la que “entró en crisis a mediados de los '70 y se contrajo fuertemente a comienzos de los '90.”<sup>16</sup>

El público joven, a mediados de los '50, empieza a tomar parte porque comienza a ser el destinatario por excelencia constituyéndose como una fuente de inspiración y un objetivo a seguir. Con esto, el rock fue quien pudo contemplar a los jóvenes argentinos que comenzaban a nutrirse de la música proveniente de “Estados Unidos y Europa de la posguerra: del twists al rock, del punk al hip hop”.<sup>17</sup>

Con el motivo de los cincuenta años de rock en Argentina, en junio de 2013 la revista Rolling Stone publicó una edición especial con los 100 mejores discos del género nacional en base a una encuesta realizada a músicos, productores, fotógrafos y otras personas del ambiente musical argentino. En dicha lista los 6 primeros puestos son ocupados por discos editados hace por lo menos 30 años.

En base a esta lista el escritor e historiador, Sergio Pujol destaca que desde su nacimiento hasta 1983, el rock se consolidó con la idea “de una época heroica y proactiva, expurgada de intereses económicos e ideológicamente sostenida en el anticonformismo de la contracultura estadounidense adaptada al contexto argentino”<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Ministerio de Cultura de la Presidencia de la Nación (2010): “Valor y Símbolo. Dos siglos de Industrias culturales en la Argentina. SInCA

<sup>17</sup> Idem.

<sup>18</sup> Pujol, Sergio. (2015): “Escúchame, alúmbrame. Apuntes sobre el canon de “la música joven” argentina entre 1966 y 1973”. Editorial Apuntes de investigación. CECYP, Buenos Aires, Argentina.

Con el retorno de la democracia y la comercialización del rock a gran escala no se obtuvo la mejoría anhelada y comenzó un largo agotamiento musical. Esta crisis artística fue consecuente con lo que se estaba viviendo a nivel social e institucional, teniendo su punto culmine a fines de 2001 y extendiéndose hasta 2004 con la *Tragedia de Cromagñon*<sup>19</sup>.

Durante la década del '90, se vivió una dicotomía en la producción cultural en Argentina: por un lado encontramos un fuerte desarrollo de las producciones independientes, alejadas de la órbita comercial, y por el otro la apertura en el mercado y la devaluación del peso tuvo como consecuencia la llegada de bandas y productos extranjeros.

Las actividades culturales estaban en cada esquina, a pequeña y mediana escala pero en mayor variedad. Se potenciaban los centros culturales donde el arte afloraba a diario y surgían nuevos lugares, en muchos casos “espacios recuperados”<sup>20</sup>. Todo esto se hacía en forma colectiva, la unión de los protagonistas hacía sobrellevar la escasez económica que atravesaba el país.

Este movimiento que tiene su epicentro en las grandes ciudades, surge como resultado de una política neoliberal que hizo de las importaciones y la facilidad de compra para la clase media un motor de la economía.

La dolarización de la moneda argentina provocó un mayor acceso a las producciones musicales internacionales y un abaratamiento en la compra de nuevas tecnologías para la reproducción musical. Esta apertura fue aprovechada por los grandes sellos discográficos multinacionales, que fueron productores del 75% de la musical local, quienes habían generado una competencia dinámica entre las bandas argentinas y del exterior, alcanzando un récord de ventas histórico en 1998.

Mientras quienes veían en este proceso la posibilidad para el crecimiento de lo independiente como una consecuencia directa de la comercialización masiva, para otros la falta de posibilidades de las nuevas bandas y estilos musicales que no entraban en la lógica del mercado comercial de esos años debieron iniciar un camino alternativo como

---

<sup>19</sup> Se denomina *Tragedia de Cromagñon* a un incendio que se produjo la noche del 30 de diciembre de 2004 en el barrio de Once de la ciudad de Buenos Aires durante el recital de la banda Callejeros. En ésta tragedia murieron 194 personas y 1432 resultaron heridas.

<sup>20</sup> Producto de la profundización del modelo neoliberal en Argentina durante los noventa produjo altos índices de desempleo y el desmantelamiento de las industrias nacionales. Los espacios recuperados surgieron a partir de la necesidad de reutilizarlos para trabajar.

forma de expresión cultural. Para el sociólogo y doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Guillermo Quiña, el retroceso que sufrió la comercialización de la música con la crisis del 2001 “dejó un vacío significativo que ofreció nuevas oportunidades para pequeños emprendimientos musicales fundados casi exclusivamente al ámbito local y que podían funcionar con un dólar caro dado que su actividad no requería la importación de discos ni la remisión de ganancias al exterior”<sup>21</sup>.

Durante ese momento las opciones iban surgiendo. Más allá de los emprendimientos independientes, los grandes sellos no se querían quedar de brazos cruzados e iniciaron una campaña para “rescatar lo under”<sup>22</sup>. Uno de los casos más relevantes fue el liderado por Zeta Bossio, bajista de Soda Stereo, quien junto a la compañía multinacional Sony armaron un concurso cazatalento de bandas desconocidas al que llamaron “Gen 00”, donde editaron un disco de 28 temas de igual cantidad de bandas.

El músico argumentaba que en el ambiente “hay amiguismo, la difusión es mala y a veces el sonido falla. Todo eso atenta contra el crecimiento”<sup>23</sup>. Mientras que a su vez se refería a la proliferación de lo under desde sus inicios en los ‘70 hasta que se hizo mainstream<sup>24</sup> en los ‘90 y su posterior crisis.

Por otro lado, los grandes sellos destacaron su labor para generar oferta, ciclos, propuestas y festivales con fondos estatales y privados con el objetivo de presentar

---

<sup>21</sup> Quiña, Guillermo Martín (2014): “Las múltiples dimensiones de la música independiente”. Revista Visión, UNAM, México.

<sup>22</sup> Deviene del término “underground”, que en inglés significa “bajo tierra”. Es la antítesis y el paso previo al mainstream; se lo puede entender como la producción artístico cultural no masiva ni comercial. En [culturaretorica.blogspot.com.ar/](http://culturaretorica.blogspot.com.ar/)

<sup>23</sup> Schteingart, Pablo (2001): “El under lucha y vuelve”. En revista Rolling Stone, No. 39, junio 2001. Buenos Aires, Argentina.

<sup>24</sup> Definición por Lamacchia, María Claudia en “Otro cantar”: Mainstream: anglicismo utilizado para designar los pensamientos, gustos o preferencias aceptados mayoritariamente en una sociedad. Toma relevancia en los estudios mediáticos al reflejar los efectos de los medios de comunicación de masas del siglo XX sobre la sociedad actual. Se emplea al hablar de arte en general y de música moderna en particular, para designar las obras que cuentan con grandes medios para su producción y comercialización, y que llegan con facilidad al gran público. Un buen ejemplo de mainstream podría ser la cultura pop, producida principalmente para su comercialización y en muchos casos con el objetivo de obtener la mayor cantidad de ventas y beneficios económicos. Artísticamente, por lo tanto, puede utilizarse con un matiz peyorativo, para caracterizar obras de carácter excesivamente comercial y poco innovador o artístico. También puede utilizarse con un tono neutro, para designar las obras pertenecientes a artistas consagrados o corrientes artísticas consolidadas, aceptadas y consumidas masivamente por el gran público. En este sentido, como antónimo de mainstream se suele utilizar el anglicismo underground.

nuevos sonidos a un público que lo estaba necesitando. En este sentido surgieron eventos como el Quilmes Rock y Pepsi Music donde el patrocinio de las marcas mencionadas lo financiaban por completo, generando así la mercantilización del arte.

En este contexto surgieron los sellos discográficos independientes que llegaron a considerarse como las PyMES culturales del nuevo siglo. Durante la década de los '90 había un promedio de dos sellos por año, entre 1999 y 2000 fueron 21 nuevos sellos discográficos independientes los que llenaron los rincones, hablando de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.<sup>25</sup>

La solidaridad entre bandas producto de la amistad que las unía fue fundamental en la expansión de este movimiento alternativo. La expresión colectiva ante el descontento político y social de la crisis se vio reflejada en la construcción de centros culturales, barriales, comunitarios y en los micro-emprendimientos de edición, como los sellos discográficos.

Y estas transformaciones se vieron acompañadas de organizaciones afines a la causa como la Unión de Músicos Independientes<sup>26</sup>, el Movimiento de Músicos Unidos por el Rock<sup>27</sup> y la Unión Discográfica Independiente quienes institucionalizaron el camino independiente de la música. Estas entidades brindaron ayuda al momento de tener en cuenta formalidades legales y burocráticas al editar un disco. Esta tarea fue poco a poco adquirida por los sellos discográficos independientes.

Guillermo Quiña explica que “estas transformaciones dieron lugar a la consolidación de un espacio de producción musical independiente conformado por prácticas, representaciones, actores e instituciones específicos, que incluye tanto aquella música editada o gestionada por pequeños sellos discográficos como la llevada adelante por los propios músicos”.<sup>28</sup>

No es casualidad que Argentina sea pionera en Latinoamérica en lo que respecta a producciones culturales independientes. Desde 1968 con la creación del sello Mandioca como el primer sello independiente, hasta la formación de la agrupación de Músicos

---

<sup>25</sup> Datos surgidos de los registros del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ver en <http://www.buenosaires.gob.ar/oic>

<sup>26</sup> Impulsado en 2001.

<sup>27</sup> Creado en 2005, donde escaseaban los lugares para tocar música.

<sup>28</sup> Quiña, Guillermo Martín (2012): “La cultura como sitio de la contradicción: una exploración crítica de las prácticas musicales independientes en la ciudad de Buenos Aires”. Revista “Estudios sobre las culturas contemporáneas” No. 35, Universidad de Colima, México.

Independientes Asociados durante la última dictadura militar, han sentado las bases para que la música pueda autoabastecerse.

Debido a esta crisis, la cultura se vio en necesidad de salir a apropiarse de lugares, expresiones, y entre otras cosas, también buscó apropiarse de las nuevas herramientas tecnológicas que comenzaban a aparecer en el mundo.

### **Las nuevas tecnologías**

Otro de los factores centrales para comprender la emergencia de los sellos discográficos independientes, nos remite a pensar en las tecnologías y la industria de la música, cómo convivieron y se alimentaron mutuamente. Se puede identificar que aproximadamente los últimos 50 años las tecnologías no dejaron de avanzar en relación a las técnicas de grabación y a las formas de almacenamiento.

Hasta la llegada del Compact Disc, ese negocio fue de las compañías discográficas, pero luego pasó a manos de las empresas de telecomunicaciones, es decir, que si la industria musical tenía alguna decaída en sus ventas, éstas ponían a su disposición distintos dispositivos para que la actividad de las industrias discográficas continúe con su negocio más rentable: la venta de discos en formato físico.

Pensemos esto desde los pequeños sellos, donde ven uno de sus fundamentos en la difusión, y cómo este avance les posibilita, la interactividad, sumado a la digitalización y en materia innovadora han sabido buscar y aprovechar las herramientas que brindan los nuevos dispositivos.

Siguiendo con esta mirada, el valor asignado a los nuevos dispositivos nos permite pensar que desde ahí, según el director del Observatorio de las Industrias Culturales Creativas de la Universidad de Miami, George Yúdice, “ la gran mayoría de músicos latinoamericanos y argentinos busquen nuevos modelos de autogestión, asistidos por la Web 2.0, para ganancias en conciertos y otros servicios”.<sup>29</sup> Es decir, que también se logra cierta autonomía en relación a las industrias musicales.

---

<sup>29</sup> Yúdice, George (2010): “Valor y Símbolo: dos siglos de Industrias Culturales en la Argentina”. Secretaría de Cultura de la Nación. Argentina.

En lo que compete a la producción, las tecnologías digitales permitieron combinar los modos de composición, como la remezcla. Pero no sólo acá tuvieron protagonismo, sino que pensar el avance desde los mecanismos y herramientas que habían permitido tener una computadora y distintos elementos en el que se logra componer y un nuevo modo de escuchar que trasciende la descarga de la música por medio de internet. Para Gustavo Buquet, profesor de asociado en Economía Creativas de la universidad de CLAEH<sup>30</sup> de Uruguay, “dos tecnologías pueden resumir los avances más significativos en la grabación y transmisión de sonido, mp3 y streaming, ya habituales en el lenguaje contemporáneo”.<sup>31</sup>

Este mismo autor se refiere al formato MP3 como “ un sistema de compresión de audio digital, que permite reducir el espacio ocupado por un archivo digital hasta diez veces su tamaño original, logrando una calidad de sonido digital similar a la de un CD.(..) esta tecnología es la que ha permitido la circulación de archivos de audio digitales a través de Internet, generando lo que se ha llamado la revolución digital en la industria de la música.”<sup>32</sup> Por otro lado, el Streaming como transmisión continua “permite emitir archivos de sonidos a través de Internet, con la particularidad de que no pueden ser almacenados en el disco duro del usuario”.<sup>33</sup>

Desde el comienzo de este siglo, la superproducción y masividad de nuevas tecnologías relacionadas al soporte digital, habilitó a una deslocalización que buscara expandir los horizontes de producción. Tal como lo expresa George Yúdice, “Todo lo que podía alcanzar una copia artesanal entre un número reducido de personas, a partir de la disponibilidad masiva de contenidos en la web, incluida la posibilidad de piratear

el propio CD adquirido comercialmente, modificó en calidad y contenido el procedimiento y rompió los límites y las expectativas”<sup>34</sup>.

Además de los privilegios y nuevos usos de la tecnología, el abaratamiento de los estudios de grabación de calidad, significó un avance en la música independiente ya que

---

<sup>30</sup> Centro Latinoamericano de Economía Humana.

<sup>31</sup> Buquet Gustavo (2003): “Música on line: batalla por los derechos, lucha por el poder” en Enrique Bustamante “Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias Culturales en la era digital”. Editorial Gedisa. Barcelona

<sup>32</sup> Idem.

<sup>33</sup> Idem.

<sup>34</sup> Yúdice, George (2010) “Nuevos modelos de producción y distribución” en “Valor y Símbolo: dos siglos de Industrias Culturales en la Argentina”. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Argentina.

tener la posibilidad de tener un estudio casero lograba un mayor acceso a la música propia, a poder vender y/o regalar composiciones mediante la puesta on line en plataformas.

Los avances tecnológicos han tenido gran influencia, George Yúdice en un relevamiento sobre los nuevos modelos de producción y distribución, menciona que sobre éste último y el problema de las grandes discográficas quienes “se vieron amenazadas por los sitios de canje de archivos, P2P<sup>35</sup>, y comenzaron a procesarlos, sin poder ponerles fin. Así, surgieron nuevos modelos de negocio como iTunes para la venta en línea”.<sup>36</sup>

El impacto en la industria musical nos sirve para acercarnos a nuestros días y al inicio de la aparición de los sellos platenses, el crecimiento de las nuevas tecnologías que permitieron visibilizar proyectos musicales independientes, y a su vez pensar en formas de expresión.

En éste sentido, hablar de la crisis permite que veamos el crecimiento de los sellos discográficos independientes a partir de la caída de las ventas en manos de los grandes sellos. Este panorama abre un lugar para explorar: una escena en la que estén incluidos los bares, espacios públicos como las plazas, los centros culturales y distintos sitios que dieron paso a la música en vivo.

Y sin dejar de lado su labor funcional a los cambios técnicos, ya sea producción, o distribución, es indispensable pensar que este avance tecnológico expone sus aportes a la comunicación desde sus diferentes formas de mirar la cultura, para algunos será motivo de innovaciones como mencionamos anteriormente, y por otro, como resalta Barbero, los nuevos modos de comunicarse y formas de pensar la cultura, “Lo que la revolución tecnológica de este fin de siglo introduce es un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos -que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución

---

<sup>35</sup> Cohnheim, Nicolás; Geisinger, Damián; Pienika Ernesto (2008): Capítulo 8 “Impactos de las nuevas tecnologías en la industria musical” en “La Cultura en Uruguay. Una mirada desde las ciencias económicas”. Editorial Fundación de Cultura Universitaria. Como “Una red informática entre iguales (en inglés peer to peer que se traduciría como de par a par- o de punto a punto, y más conocida como P2P) se refiere a una red que no tiene clientes ni servidores fijos, sino que consiste de una serie de nodos que se comportan simultáneamente como clientes y como servidores de los demás nodos de la red”

<sup>36</sup> Yúdice, George (2010) “Nuevos modelos de producción y distribución” en “Valor y Símbolo: dos siglos de Industrias Culturales en la Argentina”. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Argentina.



de los bienes y servicios: un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa”.<sup>37</sup>

Tanto los nuevos proyectos musicales, como la emergencia de una nueva “escena”<sup>38</sup> conformada por prácticas, actores e instituciones específicos y gestionados en su mayoría por los sellos independientes, nos permite hablar de un crecimiento y desarrollo de estas células que fueron construyendo o reconstruyendo este escenario que hoy se conoce. Validada y sostenida por múltiples actores, dependen de sus habilidades artísticas y técnicas para configurarse dentro de la misma.

Si bien las nuevas tecnologías han modificado las maneras de escuchar, producir y difundir música, y a su vez han logrado abaratar los costos y en consecuencia se han generado nuevos espacios de circulación de la música en línea, fue significativo en relación a la gestión de los sellos discográficos ya que les permitió obtener en cierta manera una autonomía sobre las formas de trabajar con la música.

Cesar Palmeiro, economista vinculado a la industria musical y gran crítico ante la falta de recambio en el rock nacional, explicó que la fusión existente entre la tecnología del audio, la informática y las computadoras personales, “pusieron al alcance del público eficaces herramientas digitales de grabación, mezcla y edición de audio, reduciendo drásticamente los costos de realizar producciones musicales de buena calidad, aliviando las finanzas de muchos sellos independientes. La producción digital abrió el surgimiento de una gran cantidad de estudios de grabación que ofrecían a los artistas independientes la posibilidad de grabar su material a muy bajo costo.”<sup>39</sup>

Esta apertura de los sellos discográficos independientes mediados por la implicancia de los nuevos formatos y plataformas digitales, abre un nuevo paradigma en la industria de la música ya que como menciona la Guía REC, “como todo organismo vivo,

---

<sup>37</sup> Barbero, Jesús Martín (2002): “Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo”. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO, Guadalajara, México.

<sup>38</sup> Definido por la Guía Rec como “grupo de actores (proyectos musicales, espacios culturales, medios especializados, gestores, productores, entre otros agentes del sector) vinculados a un determinado momento socio-político y a un territorio en particular en el que comparten ciertos intereses comunes”

<sup>39</sup> Palmeiro, Cesar (2005) La industria del disco. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. CABA, Argentina.

la industria de la música se abastece y retroalimenta de diversas unidades proactivas que la comprenden, en este caso, conformada por actores del sector”.<sup>40</sup>

## Capítulo II



### **Eco que tuvieron los sellos independientes en la plata**

No fue fácil el comienzo de siglo para el país a raíz una profunda crisis de las más severas de su historia. El neoliberalismo que gobernó Argentina durante los años '90 y el posterior gobierno de la Alianza dejó a más de medio país en la pobreza y una industria devastada, entre sus consecuencias más crudas y esto, sin duda, afectó a todos los ámbitos de la sociedad, incluida la cultura.

Previo a esto la escena musical platense estaba en pleno ascenso y comenzaba a hacerse de un nombre propio con propuestas novedosas y con futuro. Bajo la estela de euforia que dejaron bandas como La cofradía de la flor solar y, más acá en el tiempo, Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota y Virus se auguraba un nuevo rock que brillaba en los ojos y la sangre universitaria de esos años. Así se consagraban en la escena bandas como Peligrosos Gorriones, Guasones y Estelares como los exponentes más renombrados que actuaron como una de las últimas promesas consagradas del rock local.

Pese a estar a la misma altura de otros grupos de música platenses, la particularidad de estas bandas fue la trascendencia que generaron en la crítica y, sobre todo, en la de Capital Federal. No es casualidad que las tres hayan grabado en los estudios Del Cielito, un reducto emblema de la cultura que marcó el desembarco de esas bandas en la escena nacional. Por “el cabildo del rock”, como se la conoce, grabaron Serú Giran, Los Redondos, Divididos, Luis Alberto Spinetta, Mercedes Sosa, León Gieco, entre muchos más. Unos años después del estudio de grabación se crea el sello independiente Del Cielito Records justamente para grabar el primer álbum de Ratonés Paranoicos, proyecto descartado por las grandes compañías discográficas.

---

<sup>40</sup> Recalculando (2015): “GUÍA REC. Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música”. Ministerio de Cultura de la Nación. CABA, Argentina.

En este contexto se amparó la nueva escena platense, las tres bandas emblema lograron incluir sus discos debut en Del Cielito y tener así un paraguas protector para la época que se venía. Casi llegando al año 2000 el sueño se apagó y golpeó fuerte. Tanto Guasones como Estelares terminaron grabando con el sello discográfico PopArt<sup>41</sup>, mientras que los primeros editaron mediante Tocka Discos, dependiente de PopArt.

Para terminar con el repaso de las bandas platenses de finales de década, Peligrosos Gorriones no corrió la misma suerte. La banda liderada por Francisco Bochatón se separó en 1999 y no hubo noticias de la banda hasta casi 20 años después cuando se juntaron y sacaron un disco a través de un sello independiente porteño: Pirca Records.

Pero existe otra realidad, una que tomó tanta fuerza en la actualidad que opaca el silencio de otros años. Bandas que en esos años se disolvieron y quedaron por fuera de la órbita mainstream teniendo que abrirse camino por su cuenta logrando instaurar lo independiente como una alternativa realmente buena.

Entonces nos encontramos con grupos platenses como NormA, Mostruo!, El Mató a un Policía Motorizado, Sr. Tomate, Shaman Herrera, y tantas bandas más que no vieron otra posibilidad que la de autoproducirse, juntarse entre ellos ya sea por afinidad, estilo musical, cercanía o simplemente necesidad de mostrar su música.

En 2005, Página 12 en el suplemento “NO” sacó un artículo titulado “Por La Plata bailan todos” y a la expectativa de lo que estaba sucediendo continúa: “Más allá de la prehistoria de La Cofradía y la influencia decisiva de Virus y Los Redondos, en la capital de la provincia de Buenos Aires siempre se cocinan canciones de buena cepa. He aquí un repaso de lo que resuena entre las diagonales, que es mucho y está a la espera de dar el zarpazo”, haciendo referencia a bandas como NormA, El mató a un policía motorizado y Negusa Negast.

En este contexto se inicia el camino independiente en la ciudad, con bandas que al momento de la crisis cultural venían tocado y supieron dar el salto a tiempo; y bandas que nacieron con el nuevo contexto, que vieron como los grandes sellos se cerraban entre ellos creando un monopolio que abarcaba el 80% de la producción, y priorizando artistas comerciales y algunas apuestas ya probadas. Al margen quedaban esas bandas nacientes que tuvieron que emprender un camino alternativo.

---

<sup>41</sup> Sello que se inició como independiente y al poco tiempo fue adquirido por la multinacional Sony. Actualmente se denominan como “un grupo empresarial líder y de capitales nacionales”

## **Desembarco en La Plata**

Tardaron unos pocos años en acomodarse las cosas y empezaron a ver la luz los nuevos sellos independientes de todo: de lo mainstream, lo político, el mercado, la industria y la tecnología a gran escala. Muchas de estas experiencias se daban en hogares particulares y en los breves tiempos libres de los ensayos porque, claro está que principalmente, eran músicos que querían tocar.

En este nuevo escenario todavía quedan muchas preguntas por resolver en cuanto a los alcances y los objetivos de un sello independiente en La Plata. ¿Cuál era el rol del sello? ¿Editar, financiar, promocionar, difundir?

En una entrevista realizada al periodista y conductor en FM Universidad, Ariel Valeri explicó que “en definitiva se buscaba poder grabar con calidad, lo cual me parece lógico, con un buen sonido, lo cual me parece aún más lógico pero todavía hay en los sellos locales una falta de impulso en profesionalizar el sistema de las funciones”. A más de una década del desembarco de estos proyectos en la ciudad, para el periodista, nos encontramos con este panorama: buenas intenciones, grandes experiencias, pero aún falta una vuelta de tuerca.

Sin embargo Ariel Valeri opina que “el ejemplo claro de éxito es Cala Discos, sello imaginado por ‘el Tano’ (Gustavo Caccavo) que tenía ganas de hacer cosas con sus amigos, hizo un sello, editaba bandas que les gustaban, realizaba los festivales CALA y con ese dinero se pagaba la edición de un disco o una gira por Capital, todo muy precario. Duró hasta que ‘el Tano’ tuvo ganas de hacerlo y las bandas crecieron”.

No todo estaba perdido. Las buenas experiencias empezaban desde el principio y Cala Discos se alzó con el primer mérito.

Menuda tarea si se considera una década donde el consumo y el mercado estaban constantemente mutando con el solo propósito de hacer un ideal inalcanzable y que ese camino estuviera lleno de felicidades a medias y éxitos efímeros para ‘el afuera’. En materia musical el éxito era lo que vendía. Y lo que vendía no siempre era bueno, más

bien era promocionado como tal, era inserto en los eslabones sociales más propensos al consumo.

Entonces para esta nueva etapa en la producción de la música, lo exitoso no era vender, sino constituirse como parte del mercado, que bien podía ser pequeño, pero que satisfacía necesidades culturales de un público identificado.

### **Experiencia cala**

El 2003 fue el inicio de la era post crisis para la música independiente. Después de un año de incertidumbre donde las bandas se dedicaron a tocar en vivo, llegaba la hora de plasmar todo eso en un formato físico. Como dijimos, las puertas de los sellos estaban cerradas y no quedaba otra opción que iniciar el camino propio.

La suerte estaba del lado de Gustavo 'el tano' Caccavo, cantante de la joven banda Villelisa, quien junto a Kubilai Medina de Mostruo! y los chicos de Norma -otra banda que iniciaba su camino musical-, contaban con espacio, tiempo y una herramienta que no abundaba: acceso a programas digitales de edición.

"Cala fue un vehículo para poder editar canciones propias y de bandas conocidas que estaban fuera del mercado", anticipa el protagonista. Con su voz pausada y clara, Gustavo habla con la tranquilidad de haber cumplido una labor y estar disponible para la música independiente.

"La idea era salirse del mercado, era un momento donde también aparecía una cosa que, ahora es muy común, pero era el tema del copyleft<sup>42</sup>. Era un movimiento que iba en contra del copyright justamente, como que finalmente los artistas nunca se quedaban con el dinero de las cosas que se vendían. Entonces nosotros, medio atrás de

---

<sup>42</sup>Rodriguez, Emmanuel y otros (2006): "Copyleft. Manual de uso". Editorial Traficantes de sueños, Madrid, España. Define: en el ámbito de la edición, y en general en todo lo que se refiere a los «bienes culturales» (obras gráficas, musicales, vídeo), se entiende que una obra es copyleft si cumple el requisito mínimo de que se permite su difusión y distribución no comercial. Esto implica la libertad de copia, su digitalización y distribución gratuita en Internet. Evidentemente, este copyleft «de mínimos» puede ser ampliado con permisos para la generación de obras derivadas a partir del original (como por ejemplo una adaptación cinematográfica, una traducción, una obra nueva sobre fragmentos de la primera, etc.), o bien con permisos para realizar ediciones comerciales por parte de terceros, o incluso todo esto a la vez y siempre sin tener que volver a consultar a los titulares de los derechos.

eso, dijimos vamos a hacer una especie de vehículo diferente de comercialización” afirmó ‘el tano’ Caccavo tras venir explicando la exclusión a la que estaban siendo sometidas muchas bandas dentro del mercado tradicional.

Para el sociólogo Pierre Bourdieu, “Mientras en otros sistemas económicos la práctica artística estaba entremezclada con el resto de la vida social, la burguesía crea instancias específicas de selección y consagración, donde los artistas ya no compiten por la aprobación religiosa o el encargo cortesano sino por la legitimidad cultural”<sup>43</sup>. El nicho del mercado cultural estaba en otro lado y eso lo sabían Gustavo y todos los músicos independientes, que no respondía a un ideal de música comercial y vendible para la mayoría del público.

En este contexto la distancia de 60 km con respecto a Capital Federal también jugaba un papel importante. Como dijimos anteriormente, sellos porteños acapararon lo que consideraban como las últimas bandas platenses que podían ser comerciales en la nueva escena musical argentina. En este sentido Bourdieu remarca que “en los países latinoamericanos, las relaciones económicas y políticas no han permitido la formación de un amplio mercado cultural de elite como en Europa ni la misma especialización de la producción intelectual ni instituciones artísticas y literarias con suficiente autonomía respecto de otras instancias de poder. Además de la subordinación a las estructuras económicas y políticas de la propia sociedad, el campo cultural sufre en estas naciones la dependencia de las metrópolis”<sup>44</sup>.

La premisa de Cala fue la de hacer visible lo hasta entonces estuvo oculto, a los que hasta ese momento no tenían la posibilidad de mostrar su trabajo. Incluso a los que no eran músicos: llegaron a editar canciones de un fotógrafo profesional o piezas musicales cantadas por una niña, hija de un músico. Experiencias únicas. “La idea era innovar y para eso el plan era el de desaprender un poco todo lo que conocíamos”, resume Gustavo Caccavo.

Esta mirada no es nueva. La desnaturalización de lo rutinario es una herramienta destacada en ciencias humanas como la Antropología y es indispensable para originar una frescura en la renovación. El hecho de que los mismos músicos sean los encargados de grabarse, editarse, escucharse, difundirse, provoca un agotamiento, un cansancio y

---

<sup>43</sup> Bourdieu, Pierre (1990): “Sociología y Cultura”. Ed. Grijalbo S.A, México

<sup>44</sup> Bourdieu, Pierre (1990): “Sociología y Cultura”. Editorial Grijalbo S.A, México DF

una contaminación natural en lo artístico. Para eso existe la posibilidad de jugar, variar en lo estético, lo musical, incluso los artistas que graban. Tomando al antropólogo brasileño Gustavo Lins Ribeiro quien explica este método de “convertir lo natural en exótico usando una posición de extrañamiento”.<sup>45</sup>

El entusiasmo por llevar esto adelante era superior a la escasez de gente involucrada en el proyecto. Obviamente no se manejaba la misma producción que en las reconocidas empresas musicales pero entre tres o cuatro personas debían ocuparse de todas las tareas de un sello: selección, edición, grabación, confección del soporte y la distribución. En este caso la independencia hacía de esta tarea algo más personalista. Por un lado no se contaba con el recurso de disponer con personal ajeno a los amigos y por el otro no se quería depender de otra persona para escuchar y seleccionar el material. No olvidemos que se trataban de bandas amigas, incluso propias, donde la mirada del autor importaba mucho. En Cala Discos no bastaba con el trabajo de amigos, sino que incluso ayudaba la familia. “Mi labor era todo: editaba, cosía discos con mi mujer en casa. Recién cuando la cosa explotó comenzamos a ser células independientes, cada banda por separado” relata Gustavo.

Resulta inevitable no detenerse en lo artesanal de las producciones del sello precisamente porque ésta es una de las cosas que lo distinguen. La estética que caracterizó a las bandas del sello eran producto de la mano de sus propios artistas y eso marcó un camino. Parte de lo alternativo consiste en romper con lo que está impuesto, y la apertura del sello independiente era eso, la colaboración entre todos y para todos, marca distintiva frente a un sello tradicional. En NormA, por ejemplo, la misma que participó de los diseños del primer disco luego se convirtió en el cuarto integrante de la banda, y en Mostruo! el cantante sacó a relucir sus años de diseño gráfico y armó el interior del disco, dejando el arte de tapa a Juan Soto, ilustrador y amigo de la banda. Las dos pertenecientes a Cala Discos, es necesario destacar que en esta forma de organizarse prevalecen las relaciones personales por sobre la división del trabajo.

Esta unión dentro del sello es la génesis de su supervivencia. No viven de la música y hasta algunos de sus integrantes reniegan de los que aspiran a eso “siempre nos reímos mucho del mundo del rock (...) somos gente que labura de otra cosa, no

---

<sup>45</sup> Ribeiro Lins, Gustavo (1989): capítulo 4 “Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica, un ensayo sobre la perspectiva antropológica”. En “Constructores de otredad”. Editorial Eudeba, Buenos Aires, Argentina.

necesitamos que esto nos dé de comer” señalaba Lucas Finocchi, guitarrista de Mostruo! para el suplemento NO del diario Página/12 en un artículo titulado: “Nunca nos vamos a tomar en serio al rock” publicado el 12 de enero de 2012.

El apoyo entre las bandas de Cala Discos no solo se hace visible en la organización de las fechas, sino también en algunos proyectos de cada banda como por ejemplo para el videoclip de “El mejor plan del mundo” de Mostruo! participaron el bajista de NormA y los integrantes de Villelisa. Incluso aparece Santiago Motorizado, uno de los fundadores del sello Laptra.

Otra arista del sello participando en conjunto es la edición de los discos, las canciones elegidas y el sonido. El hecho de la selección de temas, de la edición, es parte fundamental de la conformación de un nicho dentro de lo independiente: más allá de que el mercado es resultado de maniobras políticas y económicas de los sectores sociales dominantes, los grandes sellos (como agente propagandístico del consumo cultural) utilizan la edición para recortar y presentar el material comercializable. No a esta escala, pero lo mismo hace un sello discográfico independiente al momento de la edición, crea un nicho de mercado “alternativo” que genera un estilo de música predominante que termina dando al rock platense un nombre en la escena nacional o un estilo específico a la música *indie* y que cuando suene un tema ya nos remite a algo escuchado.

### **Lo viejo de lo nuevo**

“Tiene mucho que ver las nuevas tecnologías, sin las computadoras no hubiésemos hecho nada” se sincera Gustavo Caccavo con respecto al inicio del sello. Ante la negativa de los sellos para editar su banda Villelisa y la de sus amigos no quedó otra alternativa que iniciar su propio camino. Y en ese momento tener una computadora con acceso a internet y a los programas de edición que se ofrecían era un avance importante.

Desde un principio fue esa necesidad personal pero que luego se transformó en algo lúdico. La curiosidad por la novedad fue clave en ese camino porque, superada la etapa inicial de grabarse ellos mismos y a sus amigos, devino el momento de la experimentación no solo para mejorar y apropiarse de esas nuevas herramientas digitales



sino por mero entretenimiento. “Capaz no salía un disco, pero era divertido” resume ‘el tano’ Caccavo, anticipando que gran parte de esas sesiones no quedaron registradas o solo las poseen sus intérpretes.

Diez años después nos encontramos con sitios de descarga de música libre como Jamendo, Archive.org, Spotify, iTunes, Bandcamp y Soundcloud entre otros, sin contar con Facebook y la explosión de Youtube como sitio exclusivo de música. Este avance se dio de forma gradual pero en muy poco tiempo, lo que sin duda sorprende a Gustavo: “No se por donde se iniciaría Cala Discos ahora. En ese momento no podíamos subir temas, solo fragmentos, fechas, fotos y listo”, solo se contaba con MySpace como sitio exclusivo para proyectos artísticos y redes sociales como Fotolog o Blogger.

Estas herramientas son un gran aliado en la promoción, distribución y monetización de los proyectos musicales a través de las *plataformas digitales*, sitios web o software que proveen distintos servicios. Este uso es conocido en la actualidad como *marketing digital*, una promoción de las propuestas caracterizado por la inmediatez y la información más precisa<sup>46</sup>.

Tal como surgió en Cala Discos existe una necesidad de contar y compartir las canciones y al hacerlo se está contando la propia historia, la cual debe ser clara, directa y, sobre todo, auténtica. La facilidad que ofrecen las nuevas tecnologías hacen que este relato a contar llegue a una mayor cantidad de público y para eso el contenido debe ser creativo y de calidad.

Cuando hablamos de promoción, distribución y monetización hablamos de tres de las características más importantes en el funcionamiento y la sostenibilidad de un sello:

Con promoción “nos referimos a las estrategias y acciones a implementar para difundir, compartir y promover nuestro proyecto”<sup>47</sup> y para eso las redes sociales son fundamentales: hace 10 años Fotolog, hoy Facebook y Twitter.

En cuanto a la distribución, antes se hacía llevando los discos a las librerías y casas de ropa para su venta sin saber quienes lo compraban; hoy existen plataformas digitales de venta que no solo ofrece la posibilidad de adquirir el producto, sino que informa el tipo de consumidor que lo obtuvo.

---

<sup>46</sup> Recalculando (2015): “GUÍA REC. Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música”. Ministerio de Cultura. Presidencia de la Nación.

<sup>47</sup> Idem 24.

Por último, la monetización no es más que el financiamiento económico del sello discográfico independiente. Lo que antes era ingresos por shows o venta de discos, ahora lo digital abrió la posibilidad de obtener una ganancia económica por descargas digitales de los mismos, escuchas a través de Youtube, publicidad o financiamiento colectivo mediante el apoyo de los seguidores.

Todo este avance, en tan solo una década, deja un potencial crecimiento a futuro en proporción a lo que ya se conoce. Aunque se pueda imaginar lo que va a venir, seguirá causando impacto.

### **Materializar es la tarea**

Parte de la alternatividad de los sellos independientes está a la hora de producir el material físico. Es que la comodidad de las herramientas musicales y su bajo costo hacían dudar de la necesidad del disco en formato CD. Pero hay quienes no quisieron simplificarlo, quienes consideraron que era insuficiente tener una página en internet donde estén las canciones porque se estaría olvidando de lo básico, la escucha del disco entero. “Por un lado había ganas y proyectos y una necesidad de difundirlo, que no quedara en la computadora” definen desde Cala Discos.

Y como estamos hablando de músicos editando música en este caso eso no se perdió. “También hay una cosa de volver a un objeto, el disco ya pasó pero está bueno volver a ese objeto boutique. Ya no se escucha varias veces como antes, ahora no hay tiempo, y hay que saber que es imposible que un disco te guste de entrada”, afirmó ‘el tano’ Caccavo.

A veces cuando lo moderno y cotidiano es algo masivo que ya se convierte en habitual, volver a las bases rompe con lo impuesto, se vuelve alternativo. Todo esto a sabiendas de los avances en materia tecnológica que quizás no se usaban como soporte para el disco, pero si para la promoción de fechas, eventos y puntos de venta del disco.

En este marco la difusión y comercialización de la obra era el tema en cuestión, si existe el disco hay que venderlo. ¿Cómo competir en las bateas de las casas de música con bandas reconocidas? La respuesta nuevamente hay que pensarla fuera de la lógica: “Hacíamos stands y vendíamos en lugares inusuales como locales de ropa, librerías”

cuentan desde Cala Discos. En respuesta a cómo hacer de ese producto algo comercial, vendible, aclaran que “los discos eran edición limitada, con tapa de tela y cartón. De cuarenta a cien unidades, queríamos hacer el fetiche del disco, que genere exclusividad”.

Esta decisión de tratar a cada disco como pieza única, con un caracterizado diseño de portada, es una elección estética de la línea editorial del sello. Conociendo que su sustentabilidad económica no estaba ligada solamente a la venta del disco, se privilegió la exclusividad del producto marcando un posicionamiento en el mercado a través de una identidad definida. La creatividad y la optimización de los espacios son características elementales a la hora de referirnos a un sello discográfico que busca en la alternatividad el camino para autogestionarse.

Realmente lograron ser exclusivos con sus discos: en la actualidad no se consiguen y resultan un tesoro del movimiento alternativo platense, tanto es así que fueron parte del premio mayor de una rifa organizada por el bar Pura Vida, uno de los lugares emblema, conocida como cuna del rock platense, donde iniciaron su camino las bandas under de la ciudad cuya actividad sigue latente. “El plan era lograr que cuando vayamos a un lugar el material nuestro se escuche, tener un nombre. Y que la gente quiera tener el disco del sello”, resume ‘el tano’ en relación a la movida que generó Cala Discos.

Los discos fueron enviados a las radios, los temas fueron puestos al aire y las bandas no-amigas fueron a tocar la puerta del sello. Claro que no recibieron una respuesta positiva, la apertura indiscriminada no es un objetivo del sello porque no se consideraban preparados. Al fin y al cabo parte del proyecto se mantenía por razones personales.

A partir de la promoción de las canciones por las radios y llegada de Cala Discos a la escena musical independiente de La Plata, se abrieron las puertas para las expresiones artísticas en vivo. “Estaban los espacios, el material, la música y había lugares para tocar, se fue dando solo. Empezamos a hacer difusión sin tener un plan armado; era un momento donde no había cosas, fue como una primavera musical en la ciudad” resume Gustavo Caccavo sobre lo que se vivía entonces.

Los bares y espacios públicos con los que cuenta la ciudad de La Plata hizo que cada fin de semana las bandas locales tuvieran la posibilidad de tocar en vivo. Más allá de eso durante los últimos años existieron múltiples festivales públicos y privados donde se

expresaron, al menos una vez al año, las propuestas culturales independientes de la ciudad.

Pese a no ser estrictamente musical el camino lo abrió el Festival de Cine Independiente FestiFreak quien este año festeja su 12º edición, donde cientos de personas disfrutaron de films independientes de todas partes del mundo y en muchos casos las bandas de sonido pertenecen a grupos de música que no son comerciales, lo que les da una visibilidad importante. Un año después se lanzó el Festival de Cine Latinoamericano de La Plata, de similares características.

Sin embargo, en 2004 se lanzó el Festi Laptra, festival a cargo del sello discográfico independiente homónimo donde año a año, le brindan a las bandas que lo componen, la posibilidad de mostrarse ante una gran cantidad de público bajo el ala de un festival que ya cuenta con una identidad propia dentro de la ciudad.

De igual manera ocurre con el Ciudad Alterna, festival llevado a cabo por personas de la cultura platense que, pese a contar con 5 años de vida, ya marcó una cita obligada en la agenda de todo amante de la música. No cuenta con bandas netamente independientes y locales, sin embargo, brinda un espacio más que interesante para mostrarse ante miles de personas. Algo parecido ocurrió con el Festival del Bosque, conocido como FIFBA<sup>48</sup> y organizado, en parte por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Duró solo seis ediciones pero hizo del espacio una marca distintiva: lejos del centro de la ciudad generó que durante sus fechas la gente se movilizara en masa desde distintos puntos del país para escuchar música de todos los estilos posibles y distintos lugares de Latinoamérica.

Esta movida que viene de muchos años colocó a los festivales como un actor más dentro de la escena. Y la diversificación que hubo logró que la accesibilidad a los mismo no esté demasiado restringida a las bandas independientes.

En la actualidad la realidad es completamente distinta. Durante el último año escasearon los lugares habilitados por el Estado para albergar shows en vivo y, los que quedaron, a veces ponen muchas trabas para llevar el evento adelante. “Hoy es un momento difícil, ahora los espacios cambian, hay otro interés de la actividad artística, los lugares quieren que dejes dinero” cuenta ‘el tano’ Caccavo. Como a principios de siglo los centros culturales vuelven a ser protagonistas prestando sus espacios para que toquen

---

<sup>48</sup> Festival Internacional de Folklore de Buenos Aires.

las bandas, lo que anticipa un cambio en la escena, hasta por una cuestión generacional si se quiere.

Este cambio de época con el regreso de las políticas neoliberales al gobierno puso un freno que desde Cala Discos ven como un impedimento pero una oportunidad al mismo tiempo: "Por más que tengamos las herramientas no hay lugares para tocar y eso se hace difícil. Ojala que se siga grabando y haya más material y festivales pero va a ser duro".

Sin embargo no se pierde la esperanza, al fin y al cabo durante los años más difíciles se realizaron grandes proyectos musicales.

### Capítulo III



#### Arte y trabajo

No es fácil para los sellos sobrellevar el interior del esquema de la música, ya que conlleva a pensar las complejidades que en él existen y nos referimos a las formas de entender el trabajo; ya que la música y el arte pueden tener que ver con un sentimiento pasional, como también una manera de entender una cuestión laboral. Y en ese lugar es donde existe uno de los núcleos de conflicto.

Si hay algo que caracteriza a todos los sellos que pretenden mantenerse bajo la alternativa, independencia, autogestión, o en definitiva, optar por otro camino que no sea estar atado a las grandes empresas, son las nociones de arte y trabajo. El cruce de éstos conceptos terminan siendo lugares de constante caos, idealizaciones y disputas.

Uno de esos principales dilemas es la dificultad de vivir de la música, es evidente que los sellos independientes están integrados por personas que, muchas veces poseen su banda y/o colaboran en algún aspecto dentro del sello, pero a su vez dependen de un trabajo remunerado, es decir por fuera. Es ésta una de las cuestiones que nos habilita pensar, en un aspecto general, por qué muchos optan por el camino independiente: primero para no transar con los *contratos leoninos*<sup>49</sup> que ofrecen los sellos mainstream y segundo por una cuestión de necesidad de hacer música, de expresarse a través del arte y ser parte de sus propias decisiones.

De todos modos, es necesario hacer mención sobre la distinción que realiza Pierre Bourdieu sobre los tres tipos de arte: el arte burgués, el arte social y el arte por el arte. Retoma ésta fórmula la socióloga colombiana Ivonne Paola Mendoza Niño para explicar la lucha entre sectores dominantes y los independientes: “el burgués, se refiere a aquel arte que corresponde a los intereses de los grupos dominantes y que tiene las características de cualquier producto del mercado: producción en corto tiempo, maximización de recursos

---

<sup>49</sup> Se llama así al contrato donde se pacta que las ganancias sean para uno o alguno de los socios y las pérdidas para los demás.

y máxima ganancia en términos de capital económico y cultural”<sup>50</sup>, este punto está íntegramente asociado a los sellos discográficos mainstream.

El arte social está relacionado a una visión antagonista, continua Mendoza Niño, “es el arte de denuncia, que da cuenta de la realidad social y se propone influir o contribuir a la transformación del orden social”<sup>51</sup>.

Por último, el arte por el arte, viene a cumplir una actividad que es revolucionaria ya que no reconoce los intereses dominantes y su poder, ya que representa cierta autonomía dentro del campo artístico y para los artistas. Por esto Mendoza Niño concluye que “el arte es su elemento dominante y dominado por sí mismo. Uno de los efectos de esta postura es la desaparición del mercado, ya que sus leyes no tienen influencia en esta forma de producción, y esto, como es de suponerse, no es benéfico para el orden burgués, que requiere que los bienes simbólicos circulen y se coticen en el mercado para poder tener control de los mismos y de las formas de producción de capital cultural”<sup>52</sup>. En éste último punto están incluidos los sellos discográficos independientes, aunque también mantener este trato con el arte les trae aparejado mayores esfuerzos para poder mantenerse en escena.

La socióloga retoma al filósofo Melia Joseph para explicar que “el mercado del arte que conocemos es una organización perfectamente integrada dentro del sistema capitalista”. Es decir, adopta los mismos mecanismos y se inserta en la lógica del sistema económico. De este modo, los objetos de arte son manejados como mercancías que corresponden a una relación de oferta y demanda”.<sup>53</sup> En esto, nos parece necesario hacer mención que, dentro del ámbito artístico, la música independiente está sujeta a esos términos.

Teniendo en cuenta que los sellos sólo buscan la forma de abastecerse de capital para la permanencia en escena, podría reconocerse a estos sujetos como trabajadores culturales generadores de capital simbólico, vinculado a los procesos de sociabilidad. A su vez, este tipo de trabajo es, para Mendoza Niño, “visto objetivamente como un

---

<sup>50</sup> Mendoza Niño, Ivonne Paola (2011): “Arte y Trabajo: una aproximación conceptual a la relación del arte con otros campos del espacio social”. Revista Calle 14 Vol. 5 No. 6, Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas, Bogotá, Colombia.

<sup>51</sup> Idem.

<sup>52</sup> Idem.

<sup>53</sup> Idem.

mecanismo para el establecimiento de lazos de interdependencia material y subjetivamente como generador del sentido de colectividad.”<sup>54</sup>

Para obtener una definición acabada de los trabajadores de la cultura, la que cita en su investigación Mendoza Niño, nos parece acertada: “una persona cuyo empeño individual o colectivo contribuye a la creación o reproducción, distribución, exhibición, comercialización, difusión y conservación de prácticas, objetos culturales y obras artísticas y que son reconocidos por su comunidad como tales”<sup>55</sup>.

Entre los sellos independientes, disputan su trabajo para que éste no sea sólo reconocido en relación a los grandes sellos, sino también dentro de su propia escena, teniendo en cuenta que son más visibles aquellos que apuestan, además de la edición de discos, a una propuesta estética en relación a innovaciones constantes dentro del circuito - como también la organización y participación de eventos y festivales-. En relación a esto, Pierre Bourdieu explica que “La especificidad de este sistema de producción, vinculada a la especificidad de su producto, realidad de doble faz, mercancía y significación, cuyo valor estético sigue siendo irreductible al valor económico”.<sup>56</sup>

El aporte del autor ayuda a visualizar la importancia de las condiciones de producción dentro de los proyectos autogestionados, donde el valor simbólico es otorgado por el esfuerzo de los pequeños sellos que hacen en función de prevalecer dentro del universo musical. Para eso se disputan el sentido de la escena local que al parecer le otorga mayor significado en referencia a la oportunidad de pertenecer a una mayor<sup>57</sup>.

### **Lucha y supervivencia.**

Dentro de la emergencia de los sellos, y como mencionamos en el Capítulo 1: la influencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo y crecimiento de éstas células en el

---

<sup>54</sup> Idem.

<sup>55</sup> Idem.

<sup>56</sup> Bourdieu, Pierre. (2002): “Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto”. Editorial Montessor, Buenos Aires, Argentina.

<sup>57</sup> Definición por Lamacchia, María Claudia en “Otro Cantar”: Majors: término inglés empleado por los empresarios de la industria de la música, inclusive los de habla castellana, para referirse a las grandes compañías discográficas transnacionales (Sony, EMI, Universal y Warner Music).



universo musical, pueden ser factores que ayudan a pensar la supervivencia y la lucha por la disputa de llegar al público desde las nuevas maneras de comunicar e informar.

En consecuencia, en una entrevista a George Yúdice, el autor reconoce los dos actores dentro de la esfera en el que se encuentran por un lado, la industria preocupada por la llegada de internet, y por el otro, los que impulsan la libre circulación de bienes culturales. “Y entre esas dos posiciones está la búsqueda de algún modelo más equilibrado que pueda compensar a los creadores y menos a los intermediarios, porque la gran mayoría de los creadores no reciben mucho en el modelo actual. Como detrás del modelo de negocio de las grandes compañías hay mega presupuestos de publicidad, hay mucho menos reconocimiento y facilidad de llegar a la producción de otros”.<sup>58</sup> Esto que plantea Yúdice nos permite abrir el debate y pensar que toda la escena independiente en sí está sujeta a la obtención de disponibilidad en las radios locales, a hacerse visibles desde las redes sociales, promocionando eventos, interactuando con el público desde el manejo de las nuevas tecnologías, en fin, necesitan de la autodifusión. Es por esto que la supervivencia de los sellos independientes dependen, de cierta manera, de una publicidad más solidaria y colaborativa.

Fernando Isella, músico, productor, gestor cultural y especialista en innovación para la industria de la música, escribe dentro de la Guía Rec, sobre el nuevo paradigma que tiene como protagonista a la autogestión. En este sentido, plantea que “nos invita a pensarnos como células que funcionan en colaboración y cooperación dentro de un sistema operativo que debe sobrevivir y progresar”.

En éste apartado podemos identificar sellos como Uf Caruf!, Caminar de Elefante, Mandarina Récord, entre otros, que prefirieron por diferentes motivos, integrar la escena desde otro lugar, ya sea como productores, músicos, o managers. Acá el aspecto a destacar es que nadie se baja de la escena, sino que se logra aportar desde otro vértice, prefiriendo estar del lado de lo under, del lado que necesita ser revalorizado y reinventado.

Para comprender este conflicto a la hora de distinguir el rol que cumplen los sellos discográficos independientes, es preciso, en primer lugar, enmarcar el campo en el que se relacionan ya que eso nos permite visualizar diferentes perspectivas en relación a su

---

<sup>58</sup> Entrevista a George Yúdice (2014) publicada en [http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/George-Yudice-Cultura-negocio\\_0\\_1060094007.html](http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/George-Yudice-Cultura-negocio_0_1060094007.html)

forma de organizarse, y más aún, para entender por qué algunos continúan y por qué otros quedaron por fuera.

¿Cómo participar de la cultura en un escenario movido por luchas y contradicciones? ¿Qué objetivos persiguen? ¿Cuál es su propósito dentro de la cultura? ¿Cómo se sustentan? ¿Cuál es su participación dentro de la escena del contexto actual?

### **Sellos de gestión colectiva y sellos de organización tradicional.**

Para intentar dar respuesta a los interrogantes, podemos hacer foco en algunas cuestiones claves a la hora de hablar de los sellos. Ya sea por la organización, las tomas de decisiones, las relaciones entre los participantes, o por la forma de sustento económico.

La elección no fue al azar, sino que durante el proceso de investigación vimos dos caminos claros, por un lado Laptra y por otro, Concepto Cero.

Hasta el momento, estos dos caminos pueden estar diferenciados por las estrategias para llevar a cabo los objetivos que se proponen como equipo, es relevante destacar que las entrevistas recolectadas mencionan estas dos vertientes por las que transitan los sellos. Por tal motivo es indispensable hablar de identidad, ya que son colectivos que interactúan con otros, se mueven en una misma esfera y circulan, como dijimos anteriormente, en el campo para mantenerse en pie y no morir en el intento de colaborar en la configuración de la escena que aún se mantiene movediza.

Hablar de identidad nos lleva a retomar a Gilberto Giménez que desde la Antropología define que, “no basta que las personas se perciban como distintas bajo algún aspecto. También tienen que ser percibidas y reconocidas como tales. Toda identidad (individual o colectiva) requiere la sanción del reconocimiento social para que exista social y públicamente”.<sup>59</sup>

Por tal motivo es que vemos este reconocimiento desde distintos lugares, ya sea por las entrevistas, o por los medios de comunicación que han mirado estos grupos y que en definitiva pusieron a estos dos sellos en la mira.

---

<sup>59</sup> Giménez, Gilberto. (1997). “Materiales para una teoría de las identidades sociales”. Vol. 9 No. 18. Editorial Colegio de la Frontera norte Tijuana México.

En un artículo publicado en enero de 2015 en el suplemento NO de Página 12, titulado “Vamos a un modelo de músicos con mayor conciencia del mercado y la escena”, se realiza un recorrido sobre los colectivos discográficos que salen a la luz. El autor Brian Majlin expone que “La emergencia en común que determina el cambio de paradigma, del individuo al colectivo, es la necesidad mutua. Una búsqueda por la identificación y la salida al encierro de una escena cultural y discográfica recortada por patrones exclusivistas y mercantilizados, en decadencia y sin lugar para los emergentes”.

La socióloga platense Ornella Boix, en su trabajo de campo sobre la escena independiente y los sellos emergentes, recupera los aportes de las nuevas tecnologías, “la digitalización también les permite articular estéticas visuales y sonoras en convergencias y conexiones inimaginables pocos años atrás, sin ir más lejos, en la década del ‘90 en la que éstos músicos tuvieron su primera socialización musical”<sup>60</sup>. Esto significa que mediante diferentes herramientas, los sellos se van constituyendo entre sí por sobre todas las cosas, mediante una estética fuertemente marcada ya sea, como dice Ornella, como también en su dimensión organizativa y, a su vez, en los modos de relacionarse con el contexto.

Nicolás Madoery, director del sello discográfico independiente Concepto Cero, sobre el modo de entender la conformación de un sello explica: “me parece que armar un sello hay más una cuestión de política, en el sentido de que yo pienso de esta manera, vos tenes tu sello y pensas de esa manera y me tengo que sentir muy identificado para formar parte y creo que nosotros como en el marco de Concepto Cero, con el nombre que tiene que ver un poco con eso, lo que más creamos, o lo que más construimos, sea una marca”.

A raíz de esto, podemos identificar formas de organización distintas, entendiendo que como categoría no podemos abarcar a todos los sellos desde el mismo lugar.

Por un lado, las organizaciones que se acercan más a la gestión colectiva como un conjunto de personas que aportan desde sus gustos, o experiencias personales, en forma de colectivo multidisciplinario. La Guía REC los define como, “un tipo de organización conformada por músicos, artistas de diversas disciplinas y gestores (diseñadores gráficos, técnicos de sonido, creadores audiovisuales, productores,

---

<sup>60</sup> Boix, Ornella Alejandra (2013): “Sellos emergentes en La Plata: Nuevas configuraciones de los mundos de la música” [en línea]. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica.

ilustradores, fotógrafos, entre otros), que se plantea como una alternativa a los modelos tradicionales de sellos discográficos independientes, productoras y/o colectivos artísticos”<sup>61</sup>.

Por otro lado, la forma de organización más tradicional donde el sello trabaja como equipo que prioriza los tiempos y relaciones de trabajo que se asemeja a la estructura de una empresa, ya que el interés está puesto en la profesionalización del artista y el crecimiento del sello.

Esto nos remite a pensar el arte dentro de un oficio como podría ser el de integrar un sello, para eso debemos ubicar el arte en el mismo plano que otra práctica laboral, por consiguiente nos ayudará a pensar las complejidades del asunto.

### **Concepto Cero Y Laptra**

Los casos que utilizaremos para este capítulo tienen características diferentes aunque ambos pueden ser definidos como sellos.

En la organización de Laptra, parte de sus miembros forman parte también de las bandas, y algunos sólo lo integran. Javier Sisti Ripoll, miembro fundador del sello, es quien define sus inicios como, “un colectivo que nadie planteó que esto era de una sola persona. Fantaseamos con formas de organización, hicimos asambleas, estatutos. Ahora quedó como más o menos fue siempre, lo manejan un par de personas y esa ilusión de democracia que tenía el sello se perdió definitivamente”. Para identificar la otra postura utilizaremos el caso de Concepto Cero, teniendo en cuenta que ambos nacieron en la ciudad de La Plata, pero persiguen objetivos distintos y hasta definiciones que no comparten.

En este sentido, Nicolás Madoery, fundador de Concepto Cero, contó sus comienzos en el que plantea una forma mas organizativa de empezar con el sello, es decir, pensar en el contexto en donde están inmersos para comprender y aprender cómo convivir, “yo quiero vivir de la música, necesito meterme a la gestión y necesito generar el marco para hacer esto, y es si solo me tengo que producir mi propia fecha, bueno si nos

---

<sup>61</sup> idem.

ayudamos entre varios, va a ser mejor: va a ser más fácil la difusión, va a ser más fácil la gestión, la producción. Entonces trabajemos juntos de manera colaborativa”.

En una entrevista realizada a Ornela Boix<sup>62</sup>, quien realizó su tesis de grado sobre la escena indie de La Plata, trabajo que vio fundamental para tener como objeto de estudio al sello Laptra. Pero como su intención era hacer un trabajo etnográfico de investigación, se encontró con la dificultad de que este sello no tenía una organización sólida, pero sí Concepto Cero. A partir de esto, puso el foco de estudio en el sello dirigido por Nicolás Madoery.

En palabras de Ornela: “yo trataba de hacer una etnografía, porque era lo que yo quería hacer, quería estar ahí, y terminaba haciendo una entrevista. Todos me contestaron, entrevisté a un montón pero yo quería estar en las casas de ellos haciendo la investigación. No por mala onda sino porque no tenían un funcionamiento que permitiera eso. Concepto Cero sí. Tenían reuniones, tenían prácticas de gestión que a mi me permitían investigar y no tenía que ir a la casa de nadie”.

Para comprender aún mejor ésta forma de pensar un sello, es necesario observar las relaciones entre los integrantes, porque si bien para el caso de Laptra su visión tiene que ver más con un “amiguismo” por parte de los mismos participantes, para Concepto Cero esto no tiene que ver sólo con eso, sino que se deben plantear metas y estrategias desde la profesionalización, hasta el aporte que puede generarle al sello. Para explicar esta relación, Nicolás dice: “En sí, nosotros en eso tenemos un modelo de asociatividad con los artistas. Nuestro modelo cambió, ahora somos como una empresa, pero nosotros nos asociamos con los artistas, no me junto con nadie a prometerle algo”.

El caso de Concepto Cero en cuanto a la organización y las amistades parece ser una cuestión cerrada y definida, sin embargo, como retoma Guillermo Quiña al analizar la dimensión del vínculo en la música independiente, otras veces, “la inexistencia de funciones específicas de contratación de músicos, liquidaciones, etcétera, se resuelve apelando a quienes conforman el círculo social del que participa el músico, lo cual suele acompañarse por un alto grado de trabajo informal, muchas veces impago”.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Socióloga. Graduada en la Universidad Nacional de La Plata en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En 2013 presentó su tesis de Maestría en Ciencias Sociales en dicha facultad.

<sup>63</sup> Quiña, Guillermo Martín. (2014): “Las múltiples dimensiones de la música independiente”. Revista Visión, UNAM, México.

Saber marcar una distancia en estos contextos donde los lazos están atravesados por la noción de la amistad puede generar tensiones caracterizadas entre aquellos que lo hacen por hobby, y aquellos que están atravesados por una idea de vocación y hacer de ésta práctica musical una profesión, un trabajo.

Nicolás plantea la siguiente lógica de trabajo antes de empezar: “pensemos juntos, pongamos los objetivos y tratemos de llegar a eso”, de esta forma es la que trata de resolver, junto a los artistas que editan, las cuestiones que les competen al sello y que recaen en la profesionalización.

Retomando la idea de la amistad, es necesario hacer una desnaturalización de éste concepto dentro de esta escena, y para comenzar se lo puede relacionar al lazo que mantienen las personas en esta práctica y la intimidad emocional está expresada por el sentimiento de estar en la misma y de compartir las mismas reglas de trabajo. Ornela supo resumir en pocas palabras esta idea: “La amistad, entonces, es una forma de capitalización social para los músicos y productores estéticos, a la vez que una forma de articular moralmente su mundo musical”<sup>64</sup>. Es decir que la amistad está relacionada con el compromiso de cada persona que integre el sello a querer la profesionalización tanto individual, pero sobre todo grupal. Existe cierto recelo dentro del ámbito hacia aquellos que mantienen una forma de trabajo “hippie”, acá con una carga peyorativa en la cuestión, porque entrarían aquellas personas que se toman este tipo de trabajo (producción, edición, estética, innovación, etc) con total liviandad. Para Nicolás Madoery, el trabajo de un sello, por más que sea desde la independencia, si se busca la profesionalización hay que manejarse, en muchos aspectos, como una empresa en cuanto a la organización. Si bien prevalece el modo de trabajo colectivo, hay que tomar decisiones, realizar reuniones, planear eventos, pensar estrategias de prensa y publicidad.

Dentro de las entrevistas realizadas para el presente trabajo a diferentes personas de esta escena, como es la visión de otros sellos y/o productoras, es interesante la distinción que hace Alexis Turnes Amadeo de Caminar de Elefante referente de la productora Caminar de Elefante quien afirma que “Laptra en realidad es “El mató”, que está en el mainstream, y todo lo demás que es completamente ‘hippie’, dentro del Indie.

---

<sup>64</sup> Boix, Ornela Alejandra (2015): “Amigos sí, jipis no: cómo ser un ‘profesional’ de la música en un ‘sello’ de la ciudad de La Plata”. Revista Ensamblés. Disponible en <http://www.revistaensambles.com.ar/ojs-2.4.1/index.php/ensambles/article/view/45/20>

No son bandas que manejen grandes caches<sup>65</sup>, no son bandas que se manejen dentro de las reglas del profesionalismo perse”. Y por otro lado, al preguntarle sobre el rol de sello que encabeza Madoery, explicó que “Concepto Cero plantea la profesionalización del músico, a niveles del mercado pero sin contratos leoninos, con buenos arreglos”.

Otro testimonio, como el de Germán Duymovich<sup>66</sup>, a quien contactamos por sus conocimientos sobre los sellos independientes no sólo platenses, sino que de toda la Argentina, supo resumir cómo es, para él, el funcionamiento de estos dos sellos tan reconocidos en La Plata y tan distintos entre sí. “Las expectativas de cada sello son muy diferentes. Concepto Cero tiene muchísimas ganas de profesionalizarse, ya es el proyecto de Nico. Nico antes tenía una banda y hoy tiene un sello. Eso cambió. Es un tipo que está en constante formación, está estudiando permanentemente, buscando nuevas herramientas, generando contactos, que hoy en día también el valor de alguien tiene que ver con los contactos”. Sin ánimos de ofender, Germán nota que esa modalidad en Laptra no la ve y ahí destaca la diferencia. “El funcionamiento de Laptra, no sé si ahora habrá cambiado mucho pero durante años era “-Che Los Faunos vamos a sacar un disco. - Bueno, tomen, acá está el logotipo del sello, ponganlo.” Por último concluyó que una vez al año hacían el Festi Laptra.

Si bien el objetivo de ésta investigación está relacionado a los sellos discográficos independientes de la ciudad de La Plata, es relevante mencionar que Concepto Cero es un sello platense pero que por diferentes decisiones optó por trabajar y abrirse camino hacia Capital Federal. Sin embargo, en relación a la capital de la provincia, Nicolás resalta que, “La Plata es un lugar que tiene los pro y los contra por tener la cercanía a una ciudad como Buenos Aires y me parece que Argentina es un país donde la industria de la música está muy centralizada, más allá que cada vez se descubren más cosas en todo el país, lo que es el mercado, así mismo ocurre acá (Capital Federal) y es muy difícil generar más cuando uno plantea vivir de esto en La Plata”.

La proliferación de emprendimientos culturales a los largo de éstas últimas décadas en distintos puntos del país, ha dado lugar a pensar en una escena que aglutina dichos proyectos, pero como dice Quiña “La ciudad de Buenos Aires se ha caracterizado durante todo el siglo XX por su gran actividad cultural. Capital política y centro financiero

---

<sup>65</sup> En relación a la distinción, reconocimiento.

<sup>66</sup> Periodista y ex conductor del programa “Los Sellos” en Radio Universidad de La Plata.

de Argentina, cuenta con una población cuyo tamaño la vuelve un centro urbano privilegiado en materia de oferta cultural”.<sup>67</sup> Sin dudas esto tiene que ver con la legitimidad que se le otorga a la ciudad de Buenos Aires, pero es imposible no mencionar que en La Plata han surgido, y siguen surgiendo proyectos culturales que luego continúan su camino en otras partes, pero como mencionamos en otras páginas, las diagonales esconden la tradición de cientos de bandas propias de esta zona que no se asemejan a las de Capital. Y, por lo tanto el abanico de prácticas culturales, la convierte en una ciudad con altos niveles de proyecciones, ya que cada centro cultural, cada evento y festival se ha hecho con el esfuerzo de miles de personas y no con el amparo y publicidad de empresas y medios de comunicación (concentrados en Capital Federal).

Además del rol que cumplen en la difusión y producción musical, Concepto Cero expande sus horizontes, como ya vimos, la idea de irse a Capital Federal es una. Pero por otro lado, éste sello en particular participó durante en un evento organizado durante los días 14, 15 y 16 octubre de 2016 por Trimarchi<sup>68</sup> en la ciudad de Mar del Plata -quinta edición en dicha ciudad y décima edición en su totalidad- en el que se presentarán distintos actores del mundo musical, del diseño gráfico y las artes visuales a nivel internacional. En este evento, Concepto Cero fue convocado a participar dentro de la modalidad “Workshops”<sup>69</sup>, y Nicolás le encontró la vuelta para promocionar el sello a través de un taller de tres horas de duración. Éste está pensado para ser llevado a cabo a modo de juego de mesa, que metafóricamente Nicolás lo propone para entender el trabajo del sello ya que se permiten jugar con los flyer, sonidos, iluminación y visuales que presentan en los eventos que participan. La idea es explicar cómo crear un sello desde cero, darle un nombre, y proponer programas técnicos para la edición, diseño y promoción.

---

<sup>67</sup> Quiña, Guillermo. Martín. (2012): “La cultura como sitio de la contradicción: una exploración crítica de las prácticas musicales independientes en la ciudad de Buenos Aires”. Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas. No. 35. Universidad de Colima, México.

<sup>68</sup> Trimarchi: Encuentro Internacional de Diseño. En su página web <http://www.trimarchidg.net/> “Fiestas audiovisuales, conferencias, talleres, puntos de intercambio cultural, feria de diseño, editoriales, sellos discográficos, skate, exposiciones, recitales y varias mutaciones que van apareciendo año a año”.

<sup>69</sup> Trimarchi lo define como “Situaciones de concentración, talleres prácticos, mesas redondas”.



### **¿Cómo se forma el catálogo de artistas?**

Retomando la noción de identidad, entendemos que las relaciones dentro de los sellos se da de manera colectiva en ambos casos, podemos reconocer que la forma de integrar el catálogo de artistas no es al azar, ni por concursos de cazatalentos. La red de amistades está presente en el circuito cultural platense, pero de igual modo debemos tener precaución al momento de hablar de esto.

La Guía Rec, hace hincapié en la función estética de los sellos para marcar una línea editorial, “se trata de decisiones artísticas que le dan origen, construyen su posicionamiento, le otorgan identidad y que, por ende, van a establecer cierta tensión con los objetivos de rentabilidad que se planteen”.<sup>70</sup> Por lo tanto, ésto forma parte de las decisiones internas entre los sellos.

Si hacemos una observación a las plataformas web de cada uno de los sellos nos encontramos con una serie de características que asumen distintas maneras de encarar los proyectos.

En primer lugar, las páginas web corresponden a diseños distintos, al consultar sus pestañas nos encontramos con una descripción de Laptra en el que se definen como, “colectivo artístico que en determinado momento se autobautiza y crea una marca para salir al encarnizado combate de las corporaciones. El objetivo actual de la empresa es brindar a los artistas la posibilidad material de registrar y difundir música”.<sup>71</sup>

Por el contrario, Concepto Cero, desde su plataforma, en el que dispone de más información (eventos, novedades, MIXTAPE<sup>72</sup>, los distintos proyectos que acompañan el sello, además de los artistas y discos grabados) por tal motivo, elige definirse como, “un nuevo modelo de sello discográfico. Una plataforma de desarrollo de artistas y contenidos con un planteo acorde a las nuevas formas de comercialización y circulación de la música. En tal sentido, Concepto Cero entiende que el modelo de desarrollo ya no hace foco solamente en la edición de discos y la producción de shows, y en consecuencia plantea

---

<sup>70</sup> Recalculando (2015): “GUÍA REC. Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música”. Ministerio de Cultura. Presidencia de la Nación.

<sup>71</sup> <http://www.laptra.com.ar/info.php>

<sup>72</sup> Mixtape se refiere a una recopilación de canciones, tradicionalmente se grababan en cassettes, actualmente se difunden mediante internet.

un modelo flexible y diversificado con nuevas líneas de negocios (sincronización, branding, desarrollo multimedial) a partir de la producción de audio y música”.<sup>73</sup>

Otro dato es que Laptra en su catálogo tiene hasta el momento 17 artistas, por lo que Concepto Cero cuenta con 7, pero ¿que muestra este dato? Si bien un análisis cuantitativo no revela las condiciones en las que fue armado ese listado, nos permite dar cuenta, y en base a las entrevistas recopiladas, que Concepto Cero piensa en la profesionalización del artista en el que se logra también una identidad marcada por el sello. En este sentido, tener 7 intérpretes habla de cierta exclusividad a la hora de dedicarle tiempo a la producción de los mismos, de un trabajo más personalizado para generar un producto acabado. Lo que no quiere decir que Laptra no genere eso mismo. Lo que sí es cierto es que presenta bandas muy similares en cuanto a estilo y sonido. Con sólo dedicarse a escuchar algunos de los artistas que presenta el catálogo de Laptra se pueden reconocer similitudes sonoras y esto puede estar hecho adrede, con la intencionalidad de, como sello, editar esos tipos de bandas denominadas en la escena platense como indies<sup>74</sup>.

---

<sup>73</sup> <http://conceptocero.com/acerca-de/>

<sup>74</sup> Boix, Ornela Alejandra en “Sellos emergentes en La Plata: Nuevas configuraciones de los mundos de la música [en línea]”. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. define *Indie* como “La palabra indie en esta zona geográfica define en principio un estilo musical pero más que nada estético en un amplio sentido, si bien últimamente su uso se ha expandido para realizar otro tipo de clasificaciones. En cuanto a lo primero, indie define un estilo por el cual se disputa: la configuración particular de las bandas indies en La Plata es un vector de dicha disputa, en su diferencia con lo que se presenta como indie en Capital, pero también, ampliando el mapa, en otras grandes ciudades del país como Córdoba, Rosario o Mar del Plata”.

## Capítulo IV



### **Los sellos diez años después. La nueva generación: Caso DICE discos**

A lo largo de estos años vimos que un sello discográfico independiente se forma por la unión de un número de bandas que buscan una identidad consolidada a través de estilos musicales o simplemente amistad de por medio. En el caso de Dice Discos lo que los unió fue un espacio físico pero que se extendía mucho más allá de las paredes.

El espacio DICE inició su historia en 2005 como un anexo del MACÁ<sup>75</sup> considerado el principal centro cultural de Villa Elisa. Pese a compartir actividades nunca dejaron de tener una estética independiente y de llevar a cabo sus propios proyectos, uno de ellos el que nos compete: Dice Discos. El nombre, que deviene del espacio homónimo, tiene su origen en el significado textual de la palabra, el decir, expresarse, pese a que sus siglas tuvieron cientos de interpretaciones acordes a los ideales de sus integrantes.

Fueron algunos -dentro del número que existieron en La Plata- los sellos que mantuvieron una cierta organización, elemento fundamental que les habilitó la permanencia en escena dentro de este circuito alternativo en la ciudad de las diagonales. También resulta, como es el caso de Dice Discos que optan por, además de organizarse, buscar repensar cada evento en particular para la presentación de discos. Sumado a esto poseen la particularidad de ser un sello que se formó a las afueras del casco de la ciudad de La Plata, precisamente en Villa Elisa y que tuvo su origen hace tan sólo 4 años.

Es importante poder hacer mención que cuando nos referimos a escena, estamos haciendo hincapié a, tal como lo desarrolla Guía Rec, “un ambiente, conjunto de circunstancias espaciales y temporales en que tienen lugar una situación o un hecho”<sup>76</sup>. Esto es lo que sucede en la ciudad de La Plata que es identificada no sólo por su lugar geográfico sino todo lo que ella significa dentro de la cultura nacional, sobre todo durante los últimos 30 años.

---

<sup>75</sup> Música Arte Cultura y Ambiente es un centro de reuniones ubicado en la esquina de las calles Piria y Alberdi de la localidad de Villa Elisa, partido de La Plata.

<sup>76</sup> Recalculando (2015): “GUÍA REC. Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música”. Ministerio de Cultura. Presidencia de la Nación.

Lo mismo que mencionamos antes viene a suceder con Villa Elisa, y es la respuesta a cómo un sello discográfico como el Dice Discos viene a romper con ese enfoque que vincula a La Plata como centro de consumo cultural central, dejando de lado los alrededores en donde también pasan cosas. Esa identidad que supieron mantener como sello, que empezó a descentralizar a La Plata de estas cuestiones, está vigente desde sus inicios a la actualidad. Es en este sentido que la Guía Rec también dice que “la vinculación y pertenencia a una escena nos exige marcas de identidad y un ejercicio sostenido de gestión que realce esa vinculación estética y/o territorial”<sup>77</sup>.

Precisamente “en 2012 fue que salió el disco de Un Planeta, después entre marzo y junio salió el sello con todo eso”, fueron las palabras de Gastón Le quien integra tanto la banda como el Dice Discos. Ese es su momento y lugar de origen, algo que sus integrantes remarcan cada vez que encuentran ocasión: son un sello de Villa Elisa.

Dice Discos tiene la característica de no producir a los artistas para que éstos después lancen sólo el formato físico de un disco; los que deseen hacerlo se encargan con dinero de sus bolsillos. El trabajo que realiza Dice Discos es principalmente profesionalizar a cada artista, editar sus canciones para el futuro disco desde la preocupación misma de cada detalle estético y, una vez finalizada la edición, el sello lo dispara a la inmensa e infinita nube de plataformas streaming. De Acuerdo con Laureana Buki -cantante de la banda Camión e integrante del sello- “Siempre para El Dice lo más importante es la propuesta estética porque cuida mucho las presentaciones, los ciclos tienen una idea, son en un lugar, tocan tales bandas, son como muy curados”.

En este sentido, tanto Dice Discos como otros sellos independientes, aunque hayan pasado más de diez años, mantienen una postura que es alterna a la de los sellos mainstream. Esta alternatividad, tal como lo retoman a Carlos Juárez Aldazábal en el libro Otro Cantar, quien diferencia a los pequeños sellos de los grandes: “Para que una *indie*<sup>78</sup> no sea complementaria al funcionamiento de las *majors* tiene que estar fundada en una lógica opuesta, no una lógica industrial sino artística.”

En base al rol que deben cumplir los sellos, Laureana dejó en claro que lo principal es ocuparse del artista, cómo se lo muestra, su profesionalización, que un disco esté bien

---

<sup>77</sup> Idem.

<sup>78</sup> Definición por Lamacchia, María Claudia en “Otro cantar”: Indies: Compañías discográficas autodenominadas “independientes”, de estructura mediana y/o pequeña en comparación a las compañías multinacionales.

trabajado, el cuidado en la obra y que suene bien; que la amistad es fundamental al momento de trabajar, pero eso no significa que haya que editar cualquier banda no esté sonando correctamente en términos de Dice Discos.

### **Sustentabilidad y permanencia**

En el surgir de estos sellos independientes, como en la actualidad, poder sustentarse y mantenerse en escena es la principal preocupación para todos los que los componen y trabajan en pos de eso. También es cierto que cada sello fue encontrando sus formas.

“En un momento nos enroscamos mucho, nos partimos la cabeza viendo de dónde podíamos sacar plata”, aseguró Gastón como uno de los principales lemas del sello apenas comenzaron, pero después encontraron la forma que les permite sustentarse y fue armando un fondo de discos de las bandas. “Tenemos como un arreglo, cuando las bandas editan un disco le dejan un porcentaje al sello por las cosas que hacemos: por la difusión, por gacetilla de prensa, posteos, subidas a la plataforma digital y cuestiones que se venden en alguna feria y eso”. De todos modos, los artistas que pertenecen a los sellos independientes hablan de la imposibilidad de sentirse un laburante en el ámbito musical. Sí se puede hacer mención de que un solista o una banda, y las personas que la integran, están brindando un buen show pero lejos está de ser pensado, el arte musical, como una forma de trabajo que les permita vivir de eso que tanto esfuerzo les lleva.

“Generalmente es el músico el que se paga el disco, entonces el sello viene a ser como una parte de soporte, una estructura que guía al músico en ciertos lineamientos”, expresa Alexis Turnes Amadeo, quien posee una visión de cómo debe funcionar actualmente un sello discográfico independiente. A su vez, presentó como ejemplo su labor dentro de la productora de la que está a cargo y aclaró que esa guía está relacionada a, que una vez que se obtiene un material se planifican ruedas de prensa, se planea cuándo va a ser el lanzamiento por edición digital, cuándo el formato físico, dónde y cuándo la presentación, producción del evento de presentación, etc.

Caminar de Elefante fue uno de los sellos discográficos independientes fundados en estos años y que no encontró la posibilidad de dar ese salto en la profesionalización propia y de los artistas ya que, al momento de sentar las bases legales con las bandas, éstas tenían muchas dudas sobre la formalidad que implica pertenecer a un sello discográfico independiente y la falta de conocimiento hizo que no se concretara. Finalmente Turnes Amadeo decidió dar un giro más cercano a una editorial e intensificar el concepto de la música como un trabajo más.

En lo que compete al Dice Discos, como a otros sellos de estas características, que cada banda se pague el formato físico de la producción ya editada por el sello es una forma de organización del capital que permite libertad de elección.

“En el caso nuestro de Camión, todo lo que es la replicación del disco y toda la plata que tuvimos que poner cuando lo hicimos físico, la pusimos nosotros. El sello ahí lo único que hizo fue pagar la plataforma de ellos sobre el catálogo virtual, armaron un par de fechas y presentamos el disco en el espacio de El Dice”, aseguró Laureana Buki. Gastón Le reafirma la cuestión tras establecer que ellos nunca, como sello, llegaron a tener dinero para editar los discos físicos, pero que sí cuentan con un fondo que lo utilizan para hacer algunos videos de las bandas que pertenecen a Dice Discos u organizan ciclos de presentaciones en vivo.

Tal como lo aclara el libro de Recalculando -Guía Rec- “aunque la venta de discos físicos se ha reducido, hay indicadores que señalan su vigencia. Ya sea como fetiche, como tendencia, como merchandising<sup>79</sup> o como nostalgia, aún así se siguen editando vinilos y casetes, y el público los sigue comprando”.

Son por estas cuestiones que la presencia y constancia son tan importantes tanto previamente a la definición de un material musical como posterior a su edición, principalmente para que nadie quede estancado en el intento de hacer visible lo que realizan tanto como equipo de trabajo en relación al sello, como cada artista en particular. Porque en definitiva son eso, un grupo de personas unidas que trabajan bajo el mismo fin,

---

<sup>79</sup> Definición por Lamacchia, María Claudia: Merchandising: término anglosajón compuesto por la palabra “merchandise”, cuyo significado es mercancía y la terminación “ing”, que significa acción. En el caso de la música, este concepto se utiliza para denominar el conjunto de productos relacionados al solista o grupo musical (con un nombre o “nombre de marca” propio), que suele comercializarse en los stands o puestos ubicados en los conciertos o en los locales comerciales especializados en el rubro. Este conjunto de mercancías abarca desde remeras con el logo de la banda/solista, prendedores, mochilas, tazas, calcomanías y parches, hasta los CDs y DVDs del artista.

como ayudarse y brindarse apoyo entre todos para que su arte sea expandido con bajos costos pero con una calidad profesional que supera o iguala al de las empresas mainstream.

Otro apoyo fundamental que les permite abaratar costos es el manejo que poseen con los programas de edición propuestos por las nuevas tecnologías y su constante reinención, sumado a la constancia e insistencia en cada detalle para que el sonido sea totalmente profesional y acabado. Por estas cuestiones es que Gastón Le dice que “hoy no hay diferencia entre mi disco que no gasté un mango, o sea invertí en un mastering<sup>80</sup> y en la edición física; contra un disco que por ahí se gastaron doscientas lucas pero porque obviamente hay gente que no tiene la menor idea de cómo microfonear una guitarra con todas las herramientas”. La sustentabilidad y la permanencia también está asociada, y en este sentido sí se puede hablar de una brecha entre aquellos sellos independientes surgidos en 2003 como Cala, por ejemplo, con aquellos como El Dice Discos que surgió en 2012, con un manejo y afianzamiento de las redes sociales que para otros sellos como Cala no han podido experimentarlos y tuvieron que rebuscarse las promociones con formas de difusión que sí costaban dinero (por más mínimo que pareciera) como por ejemplo impresión de volantes y panfletos. María Claudia Lamacchia, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, dice que “en el caso de la promoción, al no tener presupuestos para realizar campañas costosas, recurren a formas alternativas como los sitios webs, blogs, espacios de socialización como facebook, el MySpace o el Twitter, que permiten la interactividad y son utilizados para difundir novedades y sumar “fans”.<sup>81</sup> Sumado a las herramientas que brinda internet, El Dice cuenta con una distribución digital que a partir de las escuchas, las descargas, las compras y ventas, tanto el sello como los artistas, obtienen un porcentaje que suma para el “fondo” que tanto comenta Gastón.

---

<sup>80</sup> Idem. Masterización o “Mastering”: búsqueda del balance sonoro ideal para cada canción. Esto implica el procesamiento del audio según corresponda en cada caso (ecualización, compresión, limitación, De-Essing, De-Hissing, etcétera). Además incluye la edición digital, o sea el armado de la secuencia de tracks definitiva que tendrá el disco, con sus duraciones exactas de música y sus pausas. En todas las sesiones participa el ingeniero y el asistente en forma permanente. La masterización es imprescindible para lograr la más alta calidad de sonido posible en el disco. Masterizar significa contar con más y mejores herramientas para perfeccionar todos los detalles que inevitablemente aparecen después de las mezclas. Una buena masterización puede mejorar hasta en un 50% la calidad final de un audio de un CD o DVD.

<sup>81</sup> Lamacchia, María Claudia (2012): “Otro cantar: La música independiente en Argentina”. Ed. Unísono. Buenos Aires, Argentina.

### **El toque de distinción**

Dice Discos presenta la particularidad, según Gastón Le y Laureana Buki, que dentro de su catálogo disponen de una amplia gama de estilos musicales y que a diferencia de otros sellos de la ciudad de La Plata -que se caracterizan por mantener un estilo en particular de música- ellos prefieren la heterogeneidad musical y cada artista o banda se diferencie de todas y que ninguna pierda protagonismo.

“Lo que pasa acá (La Plata) mucho con los sellos, es que son estilísticos. Está el sello de hip hop, el sello de Indie. Nuestra idea es que haya un poco de todo, atravesado por algo que sea que nos guste, que tenga una identidad, vamos por un mismo lugar, somos amigos, manejamos una misma historia entonces la música por más que sea desde el jazz, rock o pop, están atravesadas por una sensación musical que nos cruza”, destacó Gastón Le.

Esta idea de “estilísticos” que plantea el referente, también es una forma de diferenciarse y marcar una identidad a partir de ella. Ellos plantean su estilo al posicionarse como sello oriundo de Villa Elisa y por editar bandas de géneros totalmente diferentes entre sí. Tal es así que Laureana Buki termina de darle sustento a esa identidad que tanto los caracteriza: “Eso es lo que tiene El Dice como sello, que los artistas no son todos del mismo palo. Si escuchás Martín Lambert, Fabricio Algo, Hernán Samá, no son nada que ver. Hernán Samá hace un jazz recontra experimental, Fabricio está haciendo hip hop, o nosotros que hacemos un post punk. Pero es muy ecléctico y no son todas bandas como en otros sellos que son muy parecidas que los escuchás y ya te das cuenta”.

La heterogeneidad de la que hablamos lo refleja el catálogo expuesto a través de la página web del sello discográfico, medio por el cual aparecen todos sus artistas con sus proyectos y noticias de los protagonistas. Parte de este toque de distinción lo brinda el diseño web<sup>82</sup> del sello. Como protagonistas de la nueva era dentro de la cultura independiente Dice Discos propone una dinámica en su página digna de mencionar. Desde una plataforma sencilla se pueden distinguir y se presenta ante el usuario todo lo que rodea al sello: proyectos, catálogo, links, multimedia, redes sociales. Con una estética escasa de contaminaciones visuales, la interacción con los discos y sus artistas es muy

---

<sup>82</sup> <http://www.dicediscos.com.ar/>



fluida incluso para quien no está muy familiarizado con la tecnología. Esta herramienta, que utilizan tanto para la creación de sus proyectos como la puesta en escena de los shows en vivo, también es clave en la comunicación del sello con su público mediante su página web y las redes sociales.

## **Cambiamos**

Actualmente el contexto político que estamos atravesando parece decisivo en muchos aspectos, Laureana lo caracterizó como un malestar general y en lo que compete a lo artístico, más específico en el ámbito de la música, se han encontrado con un año con pocas fechas de presentación. Sumado a que El Dice ya no cuenta con el espacio físico que tenían, ya que tuvieron que devolverlo a sus dueños para que éstos lo pongan en venta. Se encuentran en una situación en la que tienen que buscar espacios, y que de hecho a muchos los clausuraron o están en vísperas de eso, principalmente de los centros culturales que tanto caracterizan a la ciudad de las diagonales.

En contexto donde Pura Vida -lugar caracterizado como la cuna del rock platense- estuvo clausurado por varios días, con personas de toda la escena independiente trabajando atrás para que el municipio le permitiese reabrir sus puertas, Gaston expresaba con ánimo e indignación a la vez: “Estamos viendo si hacemos un par de fiestas en algún lado, lo que pasa es que es un tema, ahora en La Plata está medio difícil, los lugares están cerrando. Nuestro lugar lo cerramos porque se vende, Pura Vida ahora no está funcionando”.

Gaston es de esas personas que considera que hay que ser independientes al Estado pero que éste tiene que brindar las herramientas necesarias para intervenir en los espacios y ayudar a regularizarlos, en no encerrarlos, sino acompañarlos a que estén en mejores condiciones. En este sentido no es el único protagonista de la cultura musical platense que opina lo mismo ya que Lautaro Barceló, fundador del sello discográfico independiente Uf Caruf!, argumentaba algo similar, al referirse al rol del Estado como partícipe de los eventos: “No hay forma de que el Estado financie si no tenés gente que le interese lo que haces, partiendo de esa base, tenés que convencerla y hacerlo tarda años”. Parte de este argumento era directamente proporcional a la cantidad de público

que asistía a los shows y la capacidad de las bandas, no podían pedir dinero estatal para editar un disco.

En este contexto se alzaba la voz del periodista y productor musical Germán Duymovich quien recordaba los lugares que los músicos habían ganado hasta el momento como “el INAMU<sup>83</sup>, los subsidios y todo eso, a todo lo que se le pueda sacar el jugo había que hacerlo, y eso lo difundió también el Estado a través del Recalculando, del MICA<sup>84</sup>, el Centro Cultural Kirchner. Son espacios que se han ganado y que lamentablemente entiendo que no va a haber continuidad de eso y es más que evidente”, concluyó con cierto desaliento.

Los espacios culturales de la ciudad sufrieron clausuras en marzo y posteriormente en agosto de este año. Ante esta situación y desde la primer clausura se realizaron protestas conocidas como ‘Cabildo Abierto’ en plaza San Martín y plaza Moreno de La Plata y marchas a la gobernación y municipalidad. Todo esto bajo el lema: “La cultura no se clausura”, para exigir la urgente habilitación de todos los centros culturales clausurados hasta entonces que tanto caracterizan a la ciudad y que sufrieron la persecución por parte del municipio y de las entidades asignadas al control urbano. Las organizaciones que llevaron a cabo estas iniciativas fueron las coordinadoras culturales platenses RECA<sup>85</sup>, UCeCAA<sup>86</sup> y la Red de Espacios Culturales.

Pura Vida logró reabrir sus puertas luego de varias marchas y reclamos, sin embargo no existe una política pública clara sobre las entidades culturales de parte del actual municipio del intendente oficialista Julio Garro. La misma suerte corrieron espacios como el Centro Cultural Olga Vázquez, El Jacarandá, Casa de Cultura, Casa por los Derechos Humanos Hermanos Zaragoza, Milton Lugar, La Mulata, Rey Lagarto, entre otros.

La discusión gira en torno a la ordenanza N° 11.301 que regula los espacios y centros culturales con el objetivo que se abra el registro para la incorporación de aquellos que no se encuentran inscriptos.

---

<sup>83</sup> Instituto Nacional de la Música, un ente público no estatal cuyo objetivo es apoyar, fomentar y difundir la música en general y la nacional en particular.

<sup>84</sup> Mercado de Industrias Culturales de la Argentina, dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación apunta a fomentar, federalizar y visibilizar la industria cultural nacional.

<sup>85</sup> Ronda de Espacios Culturales Autogestivos está conformada por trabajadores y militantes de la cultura formada en 2015 para combatir las clausuras y repensar la cultura platense.

<sup>86</sup> Unión de Centros Culturales Alternativos y Artistas de La Plata fue fundada en 2014.

Esta situación de querer silenciar estos espacios que son alternativos al de los empresarios de la noche, trae mucho descontento para todo tipo de expresiones artísticas que pretenden una lógica independiente. Es por esto que los sellos que hemos decidido investigar se sienten afectados por todas estas medidas que bombardean a la cultura platense.

Por fuera de este contexto de descontento artístico y casi con una visión esperanzadora a futuro, otra de las ideas que surgieron, que por un tiempo habían estado estancadas pero que están comenzando a re-pensarse, es la intención de revisar los lugares dónde tocar con las ganas de descentralizar Buenos Aires, de federalizar los lugares, o bien destinar un lugar en la ciudad de La Plata donde iniciar un polo cultural, pese a que esto llevaría también a nuevos reclamos de futuros vecinos y competencia desleal con otros espacios nocturnos.

Pese a la falta de lugar propio desde el 2015 y la falta de apoyo municipal para mantener y fomentar el desarrollo cultural en la ciudad, Dice Discos mantiene ese espíritu de difusión y edición de las bandas a través de las nuevas tecnologías que cada vez brindan más y mejores herramientas. Fuera del cuadrado de la ciudad lograron que el ambiente de alrededor sea también protagonista, esa esencia que lo llevó a ser el presente con más futuro dentro de lo alternativo.

## **Conclusiones**



Este Trabajo Integrador Final se propuso desde una perspectiva comunicacional para comprender cuál es el protagonismo que tienen en la ciudad de La Plata los sellos discográficos denominados independientes.

Conocer el funcionamiento, la organización, sustentabilidad de estos sellos, qué rol ocupan las nuevas tecnologías y cómo desempeñan el trabajo de producción, edición y difusión, son algunos de los objetivos principales que utilizamos como guía. Sin embargo, lo que permitió un análisis más complejo de esta investigación es que se abarcaron temas como las relaciones del trabajo y la amistad, el arte y las formas de producción de estos emprendimientos que, por lo tanto, funcionan como plataformas de gestión y producción de proyectos musicales en función de un mercado local.

El vínculo de amistad está resignificado por las relaciones que se conforman dentro del ámbito musical y artístico, por compartir la escena cultural, persiguiendo los mismos objetivos y propuestas de trabajo. Tal es así, como en los casos de las entrevistas recopiladas, se consideran amigos dentro de este circuito a todos aquellos que colaboran al momento de transportar equipos, ser parte de las escuchas previas a la edición de un material, ayudar con los flyer, venta de entradas de algún evento, o bien estar cobrando en puerta, entre otras actividades. Sin embargo, dentro de estos vínculos se priorizan las relaciones laborales.

Por otra parte, el desarrollo de esta investigación nos abrió la posibilidad de encarar el tema desde un abordaje que tiene que ver con los actores dentro del contexto, es decir, comprender a los sellos como un eslabón más de la escena cultural de La Plata. Esquema, que a su vez está relacionado con bares y centros culturales, radios, espacios públicos que pertenecen a este escenario. Queda demostrado que son necesarios porque constituyen una plataforma que puede lograr sostener y profesionalizar al artista.

Mediante la modalidad colectiva de trabajo, cada integrante cumple una labor específica pero no exclusiva, lo que conlleva a que las tomas de decisiones sean abiertas y puestas en discusión. Por ejemplo quienes se encargan de las producciones y ediciones de los proyectos musicales, también llevan a cabo el diseño digital de páginas web y pueden también hacerse cargo del diseño gráfico de las publicidades, o bien prestar

experiencias en otras tareas. Es por este motivo que consideramos acorde la denominación de *sello de gestión colectiva* en lugar de *sello discográfico independiente*, porque esta última poco tiene que ver con la función actual de los sellos, es decir, que no necesariamente realizan producciones “discográficas”, ya que en muchos casos se prioriza la edición digital del disco por sobre el formato físico.

Por otra parte, lo autogestivo refleja una forma de trabajo, sin embargo integran el mercado al subir sus producciones a la web que habilita la sustentabilidad y permanencia, no solo en las redes sino también en la escena local como lo hacen a través de las distribuciones de los discos en formato físico. Esto forma parte de la labor que tiene el sello en relación a los artistas, porque su esquema de difusión y profesionalización está determinado por la utilización de las plataformas digitales de comercialización musical mediante las escuchas y descargas online, y a explotar la imagen del artista desde las redes sociales. Cuando nos referimos a profesionalización estamos haciendo hincapié a la mejora en la calidad sonora de las producciones musicales y una mejor puesta en escena de los shows en vivo.

A pesar de que no podemos confirmar cuánto es el ingreso y egreso de dinero en cada sello, porque ninguno de los protagonistas hablaron explícitamente de la forma en la que se solventan, conocemos que la sustentabilidad económica se da a partir de los shows en vivo, la venta de sus productos y un plus en dinero que les brindan las plataformas web desde la descarga de música por parte de los usuarios. Esta es la forma que permite el funcionamiento del sello y sus posteriores producciones.

El uso de las herramientas tecnológicas no sólo favorecen la difusión y la constante interactividad desde cualquier dispositivo móvil sino que también logran profundizar el funcionamiento de los sellos en cuanto a una apertura en el mercado musical y abaratando los costos de producción. Esto conlleva a considerarlas como un factor que colabora para que los artistas entren en la competencia con otros, como sucede por ejemplo en el sitio web Spotify donde artistas de discográficas independientes y mainstream comparten la misma plataforma con igual posibilidad de ser reproducidos.

Por otro lado, lo estético de estas producciones musicales no marcan un concepto único, sin embargo cada sello en particular mantiene un estilo desde sus propuestas específicas logrando sostener una identidad y que los artistas que los integran se sientan representados. Dentro de los sellos trabajados en esta investigación pudimos distinguirlos y diferenciarlos en base a sus propuestas musicales. Por ejemplo Laptra posee bandas

similares en cuanto a sonido y siguiendo un estilo musical con bases de guitarras y acordes simples con El mató a un policía motorizado como principal exponente. Concepto Cero, como su nombre lo indica, no busca limitarse bajo un estilo musical sino más bien apuesta a fusionar los géneros como es el caso de Shaman y los pilares de la Creación. Siguiendo con esta línea, Dice Discos busca en la diversidad abarcar la mayor cantidad de géneros musicales con el fin de mostrar en su página web un abanico amplio de propuestas. Es así que distinguimos el punk fusionado de Camión, y el jazz progresivo de Un planeta.

El caso de Cala Discos es diferente por tratarse de la primer expresión autogestiva de la escena en el cual podemos encontrar un rock caracterizado por guitarras y voces distorsionadas donde se buscó darle lugar a las bandas que estaban fuera de lo que se escuchaba hasta ese momento.

Este factor le da sentido a la ciudad de La Plata generando un espíritu alternativo que consolida y sostiene la escena cultural desde la diversidad; nutrida, además, por los actores que en ella participan como los bares y centros culturales, festivales y apropiación de las plazas y espacios públicos.

A 10 años de la formación de los primeros sellos en la ciudad de La Plata, podemos detenernos a pensar cómo han llegado hasta acá y vislumbrar que las relaciones colectivas, el uso de las tecnologías, la ciudad de La Plata como sitio de encuentros, parece un esquema consolidado para reconocer que hay un camino marcado que resta continuar. En este aspecto es necesario destacar que mediante la lucha y la unión entre quienes integran cada uno de los espacios logran un peso fundamental para seguir sustentando la puesta en escena.

Entendemos que, debido a los cambios políticos, todo panorama cultural merece su propio análisis dependiendo del contexto ya que no es posible ver una estructura estable. Esta es nuestra lectura del campo hoy, pero queda abierto a posibles investigaciones dentro del circuito musical de sellos ya que no es único y acabado.

## **Bibliografía**



Barbero, Jesús Martín (1998): "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía." Convenio Andrés Bello, Santa Fe de Bogotá, Colombia.

Barbero, Jesús Martín (2002): "Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo". Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO, Guadalajara, México

Boix, Ornela Alejandra (2013): "Sellos emergentes en La Plata: Nuevas configuraciones de los mundos de la música [en línea]". Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica.

Boix, Ornela Alejandra (2015): "Amigos sí, jipis no: cómo ser un 'profesional' de la música en un 'sello' de la ciudad de La Plata". Revista Ensamblés.

Bourdieu, Pierre (1990): "Sociología y Cultura". Editorial Grijalbo S.A, Mexico DF.

Bourdieu, Pierre. (2002): "Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto". Editorial Montessor, Buenos aires, Argentina.

Buquet, Gustavo (2003): "Música on line: batalla por los derechos, lucha por el poder" en Enrique Bustamante "Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias Culturales en la era digital". Editorial Gedisa, Barcelona, España.

Cohnheim, Nicolás; Geisinger, Damián; Pienika Ernesto (2008): capítulo 8 "Impactos de las nuevas tecnologías en la industria musical" en "La cultura en Uruguay. Una mirada desde las ciencias económicas". Editorial Fundación de cultura universitaria, Montevideo, Uruguay.

Chaparro Valderrama, Jairo (1997): "Metodologías para la construcción comunitaria: la generación de proyectos". UNISUR. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Bogotá, Colombia.

Corbetta, Piergiorgio (2007): "La entrevista cualitativa" en "Metodología y técnicas de investigación social". Edición Revisada. Mc Graw Hill, Madrid, España.

Giménez, Gilberto (1997): "Materiales para una teoría de las identidades sociales". Revista Frontera norte Vol. 9 No. 18. Editorial Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, Mexico.

Guber, Rosana (2001): "La etnografía, método, campo y reflexividad". Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

Lamacchia, María Claudia (2012): "Otro cantar. La música independiente en Argentina" Editorial Unísono, Buenos Aires, Argentina.

Mendoza Niño, Ivonne Paola (2011): "Arte y Trabajo: una aproximación conceptual a la relación del arte con otros campos del espacio social". Revista Calle 14 Vol. 5 No. 6, Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas, Bogotá, Colombia.

Palmeiro, César (2005): "La industria del disco Economía de las PyMEs de la Industria discográfica en la Ciudad de Buenos Aires". Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, CABA, Argentina.

Pujol, Sergio. (2015): "Escúchame, alúmbrame. Apuntes sobre el canon de 'la música joven' argentina entre 1966 y 1973". Editorial Apuntes de investigación CECYP, Buenos Aires, Argentina.

Quiña, Guillermo Martín (2012): "La cultura como sitio de la contradicción: una exploración crítica de las prácticas musicales independientes en la ciudad de Buenos Aires". Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas No. 35, Universidad de Colima, México.

Quiña, Guillermo Martín. (2014): "Las múltiples dimensiones de la música independiente". Revista Visión, UNAM, México.

Recalculando (2015): "GUÍA REC. Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música". Ministerio de Cultura de la Nación, CABA, Argentina.

Ribeiro Lins, Gustavo (1989): capítulo 4 "Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica, un ensayo sobre la perspectiva antropológica". En "Constructores de otredad". Editorial Eudeba, Buenos Aires, Argentina.

Rodriguez, Emmanuel y otros (2006): "Copyleft. Manual de uso". Editorial Traficantes de sueños, Madrid, España.

Sal Paz, Julio César (2010): "Notas sobre las Tecnología de la Información y de la Comunicación". En Revista Sociedad y Discurso No. 17 de la Universidad de Aalborg, Dinamarca.

Sautu, Ruth; Boniolo, Paula; Dalle, Pablo y Elbert, Rodolfo (2005): "Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología". CLACSO, Buenos Aires, Argentina.

Schteingart, Pablo (2001): "El under lucha y vuelve". Revista Rolling Stone No. 39, junio 2001. Buenos Aires, Argentina.

UNESCO (2006): "Comprender las Industrias Creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas" Ver en [http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural\\_stat\\_es.pdf/cultural\\_stat\\_es.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf)

Verón, Eliseo. (1987). "La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad". Editorial Gedisa, Buenos Aires, Argentina.



Yúdice, George (2007): "Nuevas tecnologías, música y experiencias" Editorial Gedisa, Barcelona, España.

Yúdice, George (2010): "Valor y Símbolo: dos siglos de Industrias Culturales en la Argentina". Secretaría de Cultura de la Nación. Argentina.

Zallo, Ramón (1992): "El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación". Editorial Tercera Prensa, San Sebastián, España.

## **PÁGINAS WEB**

<http://www.laptra.com.ar/>

<http://conceptocero.com/>

<http://www.dicediscos.com.ar/>

<http://www.trimarchidg.net/>

[http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/George-Yudice-Cultura-negocio\\_0\\_1060094007.html](http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/George-Yudice-Cultura-negocio_0_1060094007.html)

[www.culturaretorica.blogspot.com.ar](http://www.culturaretorica.blogspot.com.ar)

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/28-1690-2005-05-09.html>

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-7503-2015-01-15.html>

## **BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA**

Calvi, Juan (2006): "Plan integral de apoyo a la música y a la industria discográfica". Revista Documentos de trabajo (Laboratorio de Alternativas) No. 95, Fundación Alternativa, Madrid, España.

Sistema Argentino de Información Jurídica: Ley Nacional de la Música 26.801 y creación del Instituto Nacional de la Música. 28 de noviembre del 2012.

Rotouno, Claudia (2009): "Industria Discográficas y Nuevas Tecnologías". En Procesos Comunicacionales y Planeamiento Estratégico. Maestría en Industrias Culturales. Política y Gestión. U.N.Q.

Vecino, Diego (2010): "Sellos discográficos independientes y nuevas tecnologías en la crisis de la industria de la música. Los casos de los Netlabels, Ventolín Records y Mamushka Dogs Records". VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.

## **PÁGINAS WEB DE CONSULTA**

<http://www.zonaindie.com.ar/industria-discografica-y-crisis>

<http://www.cultura.gob.ar/noticias/nuevos-modelos-de-circulacion-produccion-distribucion-y-consumo-en-la-industria-de-la-musica/>

<http://vos.lavoz.com.ar/pop/rock/mostruo-rock-esta-vivo>

<http://www.revistadale.com.ar/>

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-5768-2012-01-12.html>

<http://www.conexionunder.com/article/1365/ultima-fiesta-cala-discos-del-ano>

<http://lafabriquera.blogspot.com.ar/2010/09/retrospectiva-07-cala-discos-presenta.html>

<http://www.lavaca.org/notas/sellos-independientes-la-musica-por-abajo/>

<http://www.lanacion.com.ar/1720966-la-plata-contracultural>

[http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/George-Yudice-Cultura-negocio\\_0\\_1060094007.html](http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/George-Yudice-Cultura-negocio_0_1060094007.html)

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-7503-2015-01-15.html>