



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

Sellos musicales ayer y hoy. «Un comodín para decir un montón de cosas»

Ornela Boix

Revista Argentina de Estudios de Juventud, (14), e034, 2020

ISSN 1852-4907 | <https://doi.org/10.24215/18524907e034>

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

## SELLOS MUSICALES AYER Y HOY

### «UN COMODÍN PARA DECIR UN MONTÓN DE COSAS»

Music Labels Then and Now

A Wildcard to Say a Lot of Things

Ornela Boix

[ornelaboix@gmail.com](mailto:ornelaboix@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-8665-7350>

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IDIHCS)  
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

### Resumen

#### Palabras clave

sellos musicales  
música independiente  
juventud  
etnografía

Este artículo explora una experiencia de producción, gestión y edición musical disociada de la industria discográfica clásica: los sellos musicales. En un primer momento, en el artículo se describe estos sellos como organizaciones descentradas de la producción discográfica y gestionadas entre amigos. En un segundo momento, se comparan estos sellos con experiencias autogestivas y con emprendimientos discográficos independientes previos. La descripción y el análisis etnográfico de este caso permiten identificar claves de la actualidad de la música joven en la Argentina y calibrar su novedad respecto a la historia de las instituciones musicales.

### Abstract

#### Keywords

music labels  
independent music  
youth  
ethnography

This article explores a production, handling and edition experience dissociated from the classic record production industry: the music labels (sellos). At first, the article describes these labels as decentralized organizations of the record production and handled among friends. Secondly, it compares these sellos with previous D.I.Y experiences and independent record labels. The ethnographic analysis of this case allows identifying keys to understand the current situation of young music in Argentina and to calibrate its novelty regarding the history of musical institutions.

Recibido 15/11/2019    Aceptado 02/05/2020    Publicado 24/07/2020

# SELLOS MUSICALES AYER Y HOY

«Un comodín para decir un montón de cosas»

Por Ornela Boix

## Introducción

En el año 2010, Nicolás, del sello Concepto Cero de la ciudad de La Plata, al explicar de qué se trataba el sello que había creado con dos amigos, y al que luego se habían sumado otros artistas, afirmaba: «Cuando se dice sello discográfico te imaginás Sony Music, EMI. Entonces, ¿qué hacen? Esos sellos hacen discos y hacen discos por miles, por millones, todo el tiempo. Pero creo que en los últimos años el sello abarca mucho más que eso». Por entonces, este grupo de amigos, cada uno con sus bandas y sus proyectos, hacía eventos (fiestas, fechas, festivales) en los que la música era potenciada por otras artes, lanzaba discos, organizaba charlas y dictaba talleres. Nicolás remataba diciendo: «El sello es una entidad bastante rara (...) es lo que vos quieras, digamos».

2

---

Estos comentarios de nuestras notas de campo resultan reveladores de un estado actual del mundo de la música joven que sucede por fuera del ámbito de las grandes discográficas. Un mundo en el que se multiplican las iniciativas de gestión propia, en el que aparecen instituciones que remiten a los mismos nombres, pero que no se ajustan a las ideas y a las prácticas previas, donde estas tentativas –que antaño se llamaban D.I.Y. (Do-It-Yourself o Hazlo-tú-mismo)– se sostienen en el tiempo y permiten mantener carreras e, incluso, ganar dinero sin una gran estructura burocrática.

La bibliografía muestra que el proceso de crisis y de redefinición de los alcances de la industria musical clásica (Yúdice, 2008) ha acelerado la generación de formas organizativas con nuevas responsabilidades para los músicos y con opciones activas para los públicos (Yúdice, 2007; Cruces Villalobos, 2012). ¿Cómo interpretar estas transformaciones?

Al notar el crecimiento de la música producida por fuera de las grandes discográficas durante los últimos quince años, Simon Reynolds (2010) y María Claudia Lamacchia (2012) resaltan la pérdida de sentido de la distinción convencional entre lo *under* y lo *mainstream*, en tanto términos opuestos referidos a la estructura de la industria musical. Estos razonamientos pueden ser incorporados en un argumento más general: Guadalupe Gallo y Pablo Semán (2016) plantean que en los últimos años se ha complejizado la relación entre las distintas escalas de producción, de difusión y de consumo de la música, al producirse un «desdoblamiento de las escenas musicales» (p. 22) que hace aparecer un pliegue en el que se articula alrededor de la música un espacio social que no existía en la época del imperio de las grandes discográficas. El presente trabajo se propone presentar una manifestación singular de este proceso de complejización en los mundos de la música, bajo el convencimiento de la necesidad de descripciones precisas, específicas y contextualizadas para las ciencias sociales (Becker, 2009), más aún cuando se trata de fenómenos en plena formación.

Como se demuestra a lo largo de estas páginas, la extensión social, la relevancia económica, la visibilidad en los medios masivos y la interlocución política de colectivos de músicos y de artistas que producen, editan y gestionan su propia obra se volvió cada vez más notoria en los últimos veinte años, en particular en la zona metropolitana de la provincia Buenos Aires, Argentina. La investigación etnográfica hizo foco en los colectivos de esta clase que en la escena platense se autodenominan sellos y que son gestionados entre músicos y artistas amigos, durante los años 2009 y 2015. En el artículo se da cuenta de la singularidad de esta institución musical, primero, desde la descripción detallada de su composición, su funcionamiento y sus actividades, luego, desde la comparación histórica con otros casos locales, lo que permite especificar las prácticas y los conceptos que se encuentran aquí tras una denominación tan antigua como sello.

Específicamente, discutiremos la precisión de los conceptos «sello discográfico» y «autogestión», para dar cuenta de la experiencia de estos sellos gestionados colectivamente, al tiempo que definiremos un esbozo para una historia de estas iniciativas en el campo local. De esta manera, iremos de la etnografía a la historia y de la observación participante al relevamiento documental, a fin de entender qué es un sello en la actualidad y por qué su estudio nos permite trazar parte de un cambio histórico en la música.

## Una organización musical descentrada del disco y gestionada entre amigos

Entre los años 2009 y 2015 realizamos en la ciudad de La Plata el trabajo de campo etnográfico sobre el que se informa en este artículo. Trabajamos con un grupo reducido de sellos musicales. A partir de una inmersión etnográfica profunda en las redes de Concepto Cero, uno de los sellos que por entonces tenía una actividad muy dinámica, conocimos Dice Discos, Uf Caruf y Tomas del Mar Muerto, sellos con los que Concepto Cero compartía actividades y proyectos.<sup>1</sup> Con ellos se realizaron observaciones en eventos puntuales y entrevistas. Previamente, a partir de una aproximación cualitativa a la denominada escena independiente de La Plata, realizada entre los años 2009 y 2011, habíamos comprobado que estos sellos eran una institución clave para una nueva generación de músicos de la ciudad. Un lustro, e incluso en algunos casos, una década atrás, organizaciones platenses como Cala, Laptra, Mandarinas Records y Cloe Discos se habían convertido en sellos gestionados por los mismos músicos que cantaban y que ejecutaban instrumentos en los discos del catálogo. Este carácter pionero era reconocido por la mayoría de los entrevistados, así como por la prensa local que, aún de manera incipiente, comenzaba a ocuparse del fenómeno. A lo largo de la investigación, y de la mano de los sellos platenses mencionados, el trabajo de campo se abrió a agrupaciones similares de otras ciudades del país, con las que los platenses entraban en relaciones de colaboración.<sup>2</sup>

En la ciudad de La Plata, los integrantes de estos distintos sellos musicales suelen ser estudiantes universitarios o recientes graduados. Se trata, por lo general, de jóvenes capitalizados por vía de sus familias, las cuales costean parcial o totalmente los estudios superiores, entendiendo la educación como estrategia familiar de ascenso social, una pauta cultural que en la Argentina se asocia fuertemente a las clases medias (Ziegler, 2007). La circulación de favores y de préstamos, que en estos casos sustituyen con mucha ventaja al dinero, son escenas cotidianas que se repiten. Esta circulación se produce en un espacio geográfico entendido como manejable y amigable: en el relativamente pequeño casco urbano de la ciudad, se materializan la mayoría de los lugares de grabación, los locales de presentaciones en vivo, los centros culturales, las radios y las aulas universitarias.

Sellos como los que poblaron los registros etnográficos constituyen una red de músicos y de artistas con quienes se comparten «fechas», salas de ensayo, estudios de grabación, equipos, tecnologías, dinero, como también contactos, información y decisiones. Los/as participantes suelen trabajar en conjunto, produciendo unos para otros y reunidos por la amistad. La idea del «grupo de amigos» aparece sistemáticamente en las propias clasificaciones de los músicos y en las presentaciones públicas que hacen de sus proyectos. Las propias expresiones «sello» y «amigos» ya funcionan como pistas introductorias del universo de práctica y de sentido que en este trabajo se presentan. Veámoslas detenidamente.

En primer lugar, la abreviación usual por parte de los músicos de la idea de «sello discográfico» en la de «sello» desliza un inicial mensaje acerca del hecho de que sus actividades han dejado de responder de forma única a un patrón de edición de discos e, incluso, a un patrón exclusivamente musical. En efecto, la observación etnográfica documenta una variedad de actividades implicadas en estos sellos: la elaboración y la venta de remeras, de postales, de calcomanías y de otros objetos de diseño relacionados con la música y con los/as artistas del catálogo; la edición de fanzines y de libros relacionados con la práctica musical; la producción de eventos y el trabajo editorial para otros/as artistas; la organización de eventos para terceros como la producción musical de un festival de cine o de un evento de moda; la producción de videoclips y de películas, entre otras. La salida de la idea de sello discográfico, no obstante, implica más que una ampliación de las actividades, como trabajaremos detenidamente en el próximo apartado, a tal punto que Nicolás afirma que un sello «es un comodín para decir un montón de cosas».

En segundo lugar, la reunión entre los participantes se funda en la amistad. Esta es una práctica y una narrativa que no necesariamente exige intimidad emocional pero sí reciprocidad en relación con las conexiones y los contactos que intervienen en las distintas dimensiones de la práctica musical, como también respecto al compartir reglas específicas en esa práctica. En este sentido, los/as amigos/as son amigos/as porque «están en la misma» y se saben afines en una manera específica de ser artistas. Los/as participantes de los diferentes proyectos trabajan en conjunto en tareas como programar los eventos, contactar e invitar a otros/as a participar, tratar con los empresarios y/o encargados de los locales, difundir sus presentaciones, a la vez que grabar y mezclar discos, diseñar sus tapas, llevar la grabación a la fábrica, elaborar los afiches, etc. A lo largo del trabajo etnográfico, resultaba común ir a un

recital y que un músico de otra banda, algún amigo o pareja, cobrara las entradas, hubiera prestado algún instrumento o se hubiese encargado de diseñar el flyer para la difusión. Asimismo, en los créditos de los discos puede leerse que los músicos son los encargados de producir la gráfica del disco de otro grupo musical, que han participado como músicos invitados o que se han encargado, incluso, de la grabación o del *mastering*.

Estos sellos presentan una división del trabajo poco desarrollada y no tienen sedes físicas oficiales, si bien esto no implica su virtualidad. Se conforman a partir de convivencias prolongadas en distintos espacios en los que se vuelve más fácil gestionar el proyecto musical. Así, si bien la mayoría organiza reuniones específicas del sello, las medidas a tomar –por ejemplo, sumar nuevos proyectos musicales, realizar un festival, editar un disco, cambiar la página web, gestionar las redes sociales– se traman más bien en ámbitos cotidianos, entre las redes de un grupo donde existen núcleos y periferias móviles, y afinidades más o menos fuertes dependiendo las personas. Como relataba en una entrevista realizada a comienzos de 2013, Diego, de Desde el Mar, un sello de Mar del Plata que realizaba actividades en conjunto con los sellos platenses referidos: «Una de las primeras cosas que hablamos es que todos los que estábamos en el sello trabajábamos para el sello. Yo lo que puse en claro al principio, porque ya me la veía venir, era tipo: “Yo no voy a trabajar para todos, todos trabajemos para todos”». En la misma línea, en una reunión de músicos organizada por un programa estatal durante 2012, el representante del sello Ringo Discos, de Córdoba, decía: «Si viene alguien y nos dice: “Yo quiero estar en Ringo Discos”, la respuesta es “pero vos sos Ringo Discos, vos te a vas a editar”». Atendiendo a esta situación, algunos músicos y funcionarios estatales propusieron la denominación de «sello de gestión colectiva» para identificar a estos sellos, la cual retomamos en este trabajo.

¿Cómo estos distintos artistas se reunían en el sello y compartían el catálogo? De manera predominante, el reclutamiento tenía lugar a través de redes de personas ya conocidas. A pesar de que estos sellos recibían mensajes por correo electrónico y por las redes sociales virtuales, con demos y con deseos de participar, por lo general, esta no resultaba una vía de inclusión de nuevos/as artistas. Ángel, de Concepto Cero, lo confirmaba de la siguiente manera: «Todos los días llega: “Estamos sacando un disco, te paso los demos”. Y hay cosas súper bizarras. Y cosas que están bien». Pero dejaba en claro que para entrar en relaciones por esa vía «el material tiene

como que tener algo re atractivo... Por lo general, es gente con la que ya hablamos, nos conocimos en otro espacio». A partir de la permanencia etnográfica notamos que la combinación del contacto dilatado en la escena junto con la afinidad estética producía asociaciones que culminaban en la inclusión de artistas al sello. Esta afinidad estética no responde a la lógica de los géneros musicales: en estas redes, el criterio de producción y de consumo estético asume plenamente la relación más abierta y menos codificada con los géneros constatada por investigaciones previas (Ochoa, 2003; Semán & Vila, 2008; Gallo & Semán, 2016), si bien permanecía una sensibilidad rockera.<sup>3</sup> Un *tweet* de una de las agrupaciones emergentes más famosa de La Plata sintetiza este vínculo: «Lo bueno del indie es que es amigo de todos los géneros, pero no todos los géneros son amigos del indie, les molesta su libertad».

Pero la afinidad estética nunca bastaba: los artistas que se sumaban tenían que estar dispuestos a trabajar para todos. Esto no siempre pasaba y producía rupturas al interior del grupo. En artículos previos, hemos mostrado estos conflictos a partir de distintas acusaciones presentes entre los músicos con los que trabajamos, como la de «jipis» o «reinas» (Boix, 2016). Para nuestros interlocutores, mientras los «jipis» llegaban tarde a tocar, no contestaban los mails o abandonaban una fecha a último momento –es decir, no les importaba gestionarse correctamente–, las «reinas» privilegiaban sus ansias de figuración por sobre el compromiso con el trabajo de la gestión. En ambos casos, se trata de figuras entendidas como típicas de un modelo artístico previo y representado por una generación anterior de artistas. En contraste, en estos sellos se valora a un músico multitareas y capaz de gestionar su obra y la de los demás.

Durante los primeros años del trabajo etnográfico, estos sellos se caracterizaban por no financiar los discos que componían su catálogo, lo que corría por cuenta de las bandas. Hacia el final del período estudiado, empero, algunos comenzaron a financiar total o parcialmente la producción de discos, producto del éxito económico en la organización de fiestas, recitales, festivales, venta de discos y de otros objetos vinculados a la música, además de la obtención de subsidios estatales y de sponsors privados. Más ampliamente, estos sellos se propusieron, en palabras de varios de los músicos, «ampliar las conexiones» o «ampliar las redes», dedicándose a construir vínculos con funcionarios y con programas estatales (Boix, 2017), así como con actores privados que pudieran invertir en la producción musical, generalmente como sponsors.

De esta manera, al calor del crecimiento de los sellos emergieron nuevas posibilidades de trabajo para sus integrantes. Para una generación inmediatamente previa, la relación entre la música y el trabajo se caracterizaba por una complementación entre trayectorias en la música y otras actividades. Los músicos independientes no podían aspirar a «vivir de la música», en el sentido de obtener la totalidad de sus ingresos de tocar y de vender discos, pero sí llegaban a sostener una carrera en la música a la vez que un trabajo fuera de ella. Por el contrario, entre los/as jóvenes con los/as que trabajamos lo que se complementa ya no es «la música» con «el trabajo», sino distintas actividades remuneradas alrededor de la música. La noción de «vivir de la música», como sinónimo de originar a partir de la obra musical recursos que permitan acceder totalmente a medios de vida, también se modifica. Prácticamente, durante el trabajo de campo no conocimos músicos con proyectos musicales activos que no intervinieran en mercados asociados, en los que también podían hacer valer sus credenciales de músicos, tales como sonido en vivo; grabación, mezcla y *mastering*; clases de instrumento, canto o audio; producción de eventos; gestión de proyectos; entre otros. Estos jóvenes «vivían de la música», combinando ingresos de actividades como las mencionadas con las originadas por su performance como autores o como intérpretes.

A lo largo de este apartado, hemos descripto la institución del sello como organización alrededor de la música gestionada entre músicos y artistas amigos, descentrada de la producción discográfica. A continuación, desplegamos dos tipos de referencias comparativas para dilucidar la especificidad histórica de esta experiencia, ponderando su novedad y su continuidad respecto a experiencias previas. Asimismo, proponemos un esquema y algunas notas exploratorias para elaborar una historia de este tipo de sellos de gestión colectiva.

### **Emprendimientos discográficos comandados por artistas en la música independiente de Buenos Aires: una historia posible**

Los sellos discográficos independientes y las experiencias de autogestión, generalmente producidas por colectivos de músicos, son las dos vías mediante las cuales desde la década del setenta se desarrollan en la Argentina proyectos de producción, de gestión y de edición musical por fuera del ámbito de las grandes

discográficas. La hipótesis de este trabajo es que la realidad de los sellos de gestión colectiva de los últimos años pivotea entre ambas series y reclama una historia propia: la de los emprendimientos discográficos independientes iniciados por artistas.

Antes de continuar, valgan dos aclaraciones preliminares: en primer lugar, no es posible ninguna pretensión de exhaustividad en las exposiciones sobre las distintas experiencias de producción, de gestión y de edición musical producidas por fuera de las grandes discográficas, dado que los estudios disponibles resultan, en el mejor de los casos (que es el de los sellos discográficos), pocos e incompletos. En segundo lugar, la mayoría de las investigaciones al alcance, especialmente las que describen y conceptualizan la autogestión, refieren a la tradición del rock. Esto no significa que no existan experiencias de esta clase en otras escenas o en otros géneros musicales. Lo cierto es que el desarrollo del campo de estudio ha privilegiado la tradición del rock, al tiempo que en otros mundos musicales la interpelación a la independencia y a la autogestión ha sido, en comparación, menos visible e importante.

De acuerdo con la literatura disponible, cuando hablamos de sellos discográficos independientes nos referimos a empresas con una estructura simplificada, menor tamaño y escaso poder financiero en relación con los sellos *majors*, dirigidos por las figuras de curador, gestor, emprendedor y/o empresario. En estas compañías, la edición discográfica es generalmente estructural, aunque esta situación ha sido redefinida en los últimos lustros: cada vez más, los sellos discográficos devienen en compañías integrales de música (Palmeiro, 2005; Luchetti, 2007; OIC, 2011). La bibliografía permite recuperar cómo los sellos discográficos participan de la tendencia de densificación de los mundos musicales que venimos reseñando, al coincidir en señalar los últimos años de la década del noventa como un período de multiplicación de pequeños y de medianos sellos discográficos, momento en el cual los avances en materia tecnológica se combinaron con una moneda sobrevaluada que abarató considerablemente los costos de producción de la música. Esta literatura, además, permite conocer algunas experiencias de sellos discográficos previos y relevantes para la historia musical argentina, como Mandioca (Corti, 2007). Cuando hablamos de autogestión, por su parte, referimos a actividades de producción, de gestión y de edición musical comandadas por músicos o por artistas, para quienes la edición discográfica no es central –a veces, incluso, inexistente– o resulta una entre otras actividades musicales. A partir de estos estudios, podemos

dar cuenta de qué maneras los músicos actualmente «ofician de productores de su propia banda» (Quiña, 2014, p. 14), con un reparto de roles que depende de las habilidades y las preferencias de sus miembros. También conocemos sobre la conformación reciente de organizaciones musicales de gestión colectiva (Lamacchia, 2017) y sus relaciones con el Estado (Saponara Spinnetta, 2016). Asimismo, hay avances de investigación sobre los primeros antecedentes históricos de estas experiencias (Lamacchia, 2012) y sobre experiencias de autogestión en las décadas del ochenta y del noventa (Benedetti, 2005; López, 2017).

Observamos que el primer conjunto de investigaciones construye su objeto desde un punto de vista económico y organizacional, mientras que el segundo lo hace desde un interés por los modos de vida y por las identidades asociadas con la música. No sorprende, entonces, que ambos tipos de desarrollos hayan tendido a ignorarse, por lo cual los sellos aparecen, generalmente, como un mero momento de la realización mercantil de la música y la autogestión se presenta como una práctica mucho más interesada por la estética y la identidad que por el mercado. Para comprender la realidad de los sellos que describimos en el anterior apartado, no obstante, es necesario recuperar al mismo tiempo todas estas dimensiones.

Asimismo, es necesario ubicar históricamente estos aportes. Por un lado, los estudios sobre sellos discográficos, en gran medida debido a su carácter temprano, se basan en una selección de casos muy heterogénea, por lo que la singularidad y la irrupción específica de los sellos de gestión colectiva que aquí estudiamos no suele ser identificada. Por ejemplo, César Palmeiro (2005) considera a Magenta, una empresa con más de 1000 títulos publicados y más de 40 años de trayectoria, junto con Besótico Records, el sello creado por la banda de rock alternativo El Otro Yo, en la década del 90, para editar producciones propias y de artistas amigos. De igual forma, Lamacchia (2012) clasifica en el mismo grupo de sellos a Acqua y a Laptra, cuando el primero es dirigido por un productor, tiene una forma empresarial y es parte relativamente central de la industria musical argentina con más de 400 títulos publicados, y el segundo es un sello de música indie, gestionado entre amigos músicos y con menos de 100 títulos editados. Más recientemente, en un momento de mayor desarrollo de la forma sello, el relevamiento del Observatorio de Industrias Culturales (OIC) (2011) reconoce la existencia de una clase de sellos «artesanales» a los que incluye en un «segmento informal que crece en los últimos diez años, a partir de las nuevas posibilidades tecnológicas para

la grabación y la edición de discos con bajos niveles de inversión» (p. 24). Esta observación realizada por el OIC alerta respecto a cómo las particularidades de los distintos momentos históricos de la música están en la base de la conformación de los distintos tipos de sellos.

Si bien estos trabajos entienden que las transformaciones tecnológicas son centrales en la producción de los mundos musicales, en su afán clasificador suelen conservar una matriz de análisis que supone, implícitamente, la idea de sello de la época del imperio de las grandes discográficas o de la industria musical tradicional, esto es, una empresa que se organiza alrededor de la producción de fonogramas y de los géneros musicales como sectores de mercado. Si asumimos esta perspectiva, los sellos musicales descritos en este capítulo no pueden ser contemplados en su singularidad: o bien no se los distingue del resto de sellos discográficos o, cuando se lo hace, se los considera una versión defectuosa, precaria o menos profesionalizada.

Por el otro lado, los trabajos sobre prácticas de autogestión suelen considerar que se produce para los proyectos propios, pero ¿qué sucede con los proyectos de los amigos o los colegas? Justamente, el sello con el que nos encontramos en el trabajo de campo implicaba que sus integrantes gestionaban para sí y para otros. El desplazamiento conceptual que operan estos sellos, al hablar más de «gestión» que de «autogestión» es sintomático de esta situación. Hasta hace un tiempo, este hecho no era considerado por las investigaciones: Lamacchia (2012) entendía que lo más adecuado era reservar la palabra independiente o autogestionado para hablar de músicos y de colectivos de músicos, no así de sellos. Como portavoz de la [Unión de Músicos Independientes](#) (UMI) define al músico independiente o autogestionado como aquel que conoce y que interviene en todo lo relacionado con su carrera. De esta forma, relaciona la autogestión con la desaparición del sello discográfico como agente de intermediación. Esta concepción es criticada por los músicos con los que se trabajó. Uno de ellos, Juan Manuel Pairone, integrante de Ringo Discos, observa que la distinción tajante entre el accionar de los músicos y aquel relacionado con pequeños emprendimientos puede tornarse problemática en vistas de la existencia de sellos como los aquí estudiados. A su entender, estos sellos están formados por «músicos que trabajan mancomunadamente como editores cuentapropistas y promueven, desde posicionamientos más o menos explícitos, un nuevo modelo de trabajo colectivo en el ámbito de la producción y la edición discográfica» (Pairone, 2013, p. 42). Por último, y quizás el punto más determinante:

si bien es cierto que estos músicos se gestionan como sus pares del pasado, sus predecesores no habían incorporado la gestión como una práctica tan extendida, exigida, reconocida y reflexionada como sí lo hacen los músicos con los que tratamos. Esta manera de relacionarse con el mercado y con otras instancias que median con recursos era una verdadera obligación que diferenciaba a su generación de las anteriores. Para ellos, no había posibilidad de afirmarse músicos sin asumir la gestión, al punto que esta pasa a formar parte de su identidad como artistas (Boix, 2016).

Llegamos, entonces, a una conclusión parcial: las ideas de sello discográfico independiente y de autogestión son igualmente poco justas para referir a los sellos de gestión colectiva observados en la investigación. En particular, sobre la idea de sello discográfico la bibliografía ha avanzado en notar su transformación. Para Lamacchia (2012), en los últimos años esta idea se ha vuelto «imprecisa» (p. 15) y ha desbordado, cada vez más, la dimensión discográfica. El trabajo de George Yúdice (2007) permite comenzar a puntualizar esta observación, al tratar la emergencia en toda América Latina de organizaciones musicales no centradas en el disco, y más interesadas en crear comunidades de oyentes y estilos de vida. Para continuar esta idea, podemos recurrir a Julián Woodside Woods y otros (2011), quienes, al describir la escena popular alternativa mexicana, dan cuenta de nuevas instancias híbridas. Entre ellas, organizaciones donde «las bandas y el sello-disquera son una sola cosa», una que «rebasa la definición clásica de disquera estableciendo una red de inteligencias colectivas que constantemente genera nuevas estrategias creativas y de financiamiento» (p. 115).

En el mismo sentido, Diego Vecino (2011), al estudiar los sellos discográficos surgidos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los años 1998 y 2010, complejiza los análisis previos al recuperar no solo los aspectos comerciales y organizativos de estas instituciones, sino también las redes de sociabilidad que los tienen en su centro, atravesadas por afinidades estéticas y por «una estructura sentimental común capaz de dotar de sentido un conjunto de prácticas de producción, de comercialización y de consumo de música», que incluye elementos «militantes» e «ideológicos» (Vecino, 2011, p. 101).

Ahora bien, si esta transformación empezó a ser visible en los últimos quince años, tiene, en la tradición asociada al rock, una historia previa en las iniciativas de sellos dirigidos por músicos. Estos sellos, creados en principio para encarar la edición del material propio o de artistas muy cercanos, surgen del tránsito y de la sociabilidad en escenas musicales locales y se perfilan por fuera del control de los grandes sellos nacionales. Estas iniciativas habilitaron un mayor control sobre la gestión de la propia obra y, cuestión no menor, la posibilidad de acceder a la propiedad de los fonogramas. Además, nunca fueron solamente discográficas, sino espacios de producción más amplios alrededor de la música.

Escribir la historia de estos sellos es un proyecto que requiere aún de investigación y que es necesario apuntar en la agenda de estudios de la música en la Argentina. La historia de los sellos discográficos del rock y, en general, de la música joven y, con ella, el conocimiento sobre cómo se fabricaba y se mercantilizaba esta música es una deuda pendiente. La bibliografía prefirió complejizar otra dimensión en la relación del rock con el mercado, más relacionada con la dimensión simbólica, atinente a la distinción complaciente / comprometido y a las sucesivas encarnaciones de esta disputa. Es cierto que este interés precisó cabalmente el sentido ideológico del rock local, pero dejó en la oscuridad la pregunta descriptiva y analítica sobre las dimensiones sociales, tecnológicas y mercantiles de la industria musical.

Con los datos actualmente disponibles podemos proponer un esbozo de esta historia y afirmar que debería comenzar en los ochenta. Si bien en la década anterior surge el sello Ciclo 3, del entorno de Músicos Independientes Asociados (MIA), se trata de un caso tan pionero como aislado. Es más bien en la llamada escena *under* de los ochenta cuando, de forma significativa, surgen del esfuerzo de los artistas sellos que podemos llamar emergentes (tanto por estar dando sus primeros pasos en la música como por plantear propuestas que presentan una distancia respecto a las convenciones del mundo de las discográficas más establecidas).<sup>4</sup> A riesgo de ser esquemáticos, al momento correspondiente a los ochenta le deberían seguir otros dos: el que se reconoce en la escena alternativa, independiente (donde incluimos al llamado rock barrial) e indie de los noventa y el que tiene lugar a partir de los años 2000, con la masificación de Internet y la evolución acelerada de las tecnologías de producción musical. Dicho de modo general, y sin atender a las particularidades locales de un recorrido que de ningún modo es lineal ni equivalente en sus distintas manifestaciones, estos serían los distintos momentos de un proceso en el cual,

a partir del trabajo virtuoso entre sociabilidades, retóricas sobre el arte y avances tecnológicos –el casete, las copadoras, el CD, Internet, el mp3, entre otros–, se vuelve primero pensable, luego viable y, cada vez más viable, al punto de ser rentable, el establecimiento del sello propio.

Para la posibilidad de armar un sello propio la escena *under* de los ochenta, básicamente porteña, es central. Usualmente, es considerada un semillero de la apertura estética del rock nacional, pero también, aspecto menos señalado, ha sido un espacio de cambio estructural en la escala, el alcance y el modo de producción del rock, al crear un espacio de producción opuesto al del *mainstream* y el rock consagrado. Lisa Di Cione (2012) y Soledad López (2017) trabajan sobre la habilitación tecnológica que está en el comienzo de dicha escena y que resulta clave para la multiplicación de experiencias de edición discográfica en este período si las comparamos con las existentes previamente. Por aquellos años, explota la cultura casete y florecen mercados paralelos de copia, de intercambio y de circulación de música grabada. Varios grupos de la llamada escena *under* pudieron acceder a la edición de sus primeros EP copiando directamente en casete las sesiones de grabación, mediante el uso de grabadoras portaestudio de cuatro canales y equipos de doble casetera. Estas sesiones eran editadas con una tapa diseñada, que luego era fotocopiada, y distribuidas por los propios músicos en disquerías y en recitales.

En el marco de esta escena, encontramos algunas iniciativas de sellos dirigidos por músicos, creados en principio para encarar la edición del material propio o de artistas muy cercanos. Estos sellos emergían entre cooperativas, intercambios de casetes y producción de fanzines. Entre los más recordados en las crónicas del *under* (Flores, 2012) figuran: La Sonrisa de Luz, de Carlos Alonso, músico del grupo electrónico y experimental Uno x Uno; Silly Records, creado en 1983 para editar el debut de Sumo, disco del cual se hicieron 500 copias; y Catálogo Incierto, quizás el sello por antonomasia del *under* de los ochenta, cuya creación la historia se la adjudica a Daniel Melero. Este último pensaba su participación en el sello como «un catalizador que acelera los procesos de surgimiento de las bandas» y que ayudaba al compartir información sobre «dónde comprar las cintas y cómo reproducirlas» (Pietrafesa & Lingux, 1988). Estos sentidos adjudicados al sello guardan un aire de familia con los identificados en el trabajo etnográfico de los últimos años.

Los sellos independientes se empiezan a recortar como un objeto relevante en sí mismo entre mediados y fines de la década del noventa. Es por entonces que los/as cronistas y los/as periodistas comienzan a registrar una explosión de sellos en relación con los parámetros previos, estallido asociado a una transformación tecnológica fundamental en la grabación, el consumo y la difusión de la música: la aparición y la rápida masificación del CD. Según Palmeiro (2005), este soporte, introducido en la Argentina en 1986 –el primer álbum así editado fue *Signos*, de Soda Stereo– se fue convirtiendo, a lo largo de los años noventa, en el soporte fonográfico por excelencia. Si bien en 1986 «representó el 0,07% de las ventas fonográficas, para 1992 ya acaparaba más del 40%, llegando a más del 80% del mercado para fines de la década» (Palmeiro, 2005, p. 42). Además, la economía con una moneda fuertemente valuada impulsó la penetración de equipos reproductores de CD en los hogares y tornó al nuevo formato en el soporte estándar del mercado. Así, estos años resultan particularmente prósperos en materia de nuevos sellos, que traen, además, la novedad de la edición autogestionada en CD. Entre los años 1993 y 1994 se registra la aparición de sellos del mundo musical independiente que comenzarán a recurrir a replicadoras como EPSA, que ofrecerán tiradas pequeñas y asequibles para estos actores (Igarzábal, 2018).

Desde mediados y fines de la década del noventa, el camino fue imparable y atravesó los géneros y los circuitos del mundo independiente de la ciudad de Buenos Aires. Surgieron sellos comandados por artistas en la incipiente música indie (F.A.N., Índice Virgen, Discos Sin Tierra, El Pulpo Violento), en el rock alternativo (Besótico, TTM Records, Sadness Discos), en el hardcore (Ugly Records, Frost Bite, Mentes Abiertas), en la música electrónica (Frágil Discos) y en el rock barrial (El Farolito Discos, Patricio Rey Discos), aunque estas sean solo algunas menciones de una lista muy extensa. Específicamente en La Plata, más relegada en producción discográfica, se registra la existencia de Chonga, «una humilde productora de casetes, recitales y fanzines» (Jalil, 1998, p. 4) que edita a varios grupos platenses compuestos por adolescentes influenciados por el *grunge*, el *noise*, el *punk* y el rock alternativo de la época. No contamos con muchos datos sobre estos sellos, por ejemplo, referidos a su estatus legal, su funcionamiento y, en algunos casos, sus posibles acuerdos de distribución. De todos modos, es destacable que la mayoría tiene catálogos reducidos, con no más de diez o de quince producciones, con material propio y/o de bandas amigas o de la misma escena.

Hay un momento, entre fines de los noventa y principios de los 2000, cuando esta opción se masifica: la extensión del uso de Internet y el abaratamiento de las tecnologías de producción y de grabación hogareñas facilitó aún más el proyecto del sello propio. En abril de 2000, una publicidad en la revista *Rolling Stone* de la compañía informática Mac proponía: «¿Por qué esperar que un ejecutivo de una compañía discográfica te descubra si te podés descubrir a vos mismo con una nueva iMac?», y mostraba la pantalla de este modelo con el video de una banda de rock editada por un imaginario «Berazategui Records». Cabe suponer que fue en este momento que los proyectos basados en grupos de amigos que publican «lo que quieren» o «lo que les gusta» –como registramos muchísimas veces en las entrevistas– se volvieron una opción aún más presente y viable, cambiando la perspectiva de los actores en lo relativo a lo que debería ser un sello. Sellos que, prácticamente sin excepción, no son dueños de los fonogramas, es decir, no son titulares de la grabación, que queda a cargo de los artistas, ni gestionan derechos de autor, porque no cuentan con editoriales. Muchos de ellos, no casualmente, comenzaron como *netlabels*, sellos que editan solo en formato digital, aunque –como hemos mostrado en otros trabajos (Boix, 2018)– no dejaban de responder a una sociabilidad física concreta.

En La Plata, el movimiento continuó en los años siguientes: su impulso era multidimensional y reunía vocaciones artísticas, sociabilidades y amistades en la música, posibilidades mercantiles y, entre otros elementos, cambios rápidos y estrepitosos en las distintas tecnologías relacionadas con la producción musical. En este marco, surgieron los sellos Cloe Discos, Cala, Mandarinas Records y Laptra, que luego fueron seguidos por los encontrados durante la investigación de campo, iniciada en 2009.

### Comentarios finales

En este trabajo, hemos mostrado cómo la denominación sello, que remite a un fenómeno en extremo conocido y expandido en los mundos musicales, el del sello discográfico, designa nuevas prácticas y sentidos para los músicos jóvenes contemporáneos. El tipo de sello musical que estudiamos desborda un patrón

de producción de fonogramas, una lógica de funcionamiento a partir de los géneros musicales como sectores de mercado y unos rendimientos económicos medidos, exclusivamente, en términos empresariales. Por el contrario, en estos sellos musicales descubrimos la ampliación de las actividades creativas que hacen emerger la música, una reunión de proyectos musicales que no se identifica por cualidades exclusivamente sonoras o estilísticas, y una forma de producir música que funciona a partir de una red de amigos y de pares regulada por la noción de sustentabilidad económica.

Estos sellos son integrados por músicos y artistas que, en coincidencia con cientos de sus colegas en todo el país, se propusieron no solo tocar sino hacerse cargo de la gestión de su propia obra. A partir de estos sellos, músicos y artistas apuntan a fortalecer los proyectos de cada uno de sus integrantes, mediante el aprovechamiento de una nueva situación caracterizada por el avance y por el abaratamiento tecnológico, una reconfiguración del dominio de las grandes discográficas y una conformación de públicos más plural que produce una mayor demanda de música. En este contexto, los sellos son una institución desde la cual sus integrantes pueden, como decía uno de ellos, «estar en la música» de distintas maneras: tocar y gestionar, escuchar música y armar presupuestos, grabar y tratar con sponsors, «estar tratando todo el tiempo con música».

La diferencia entre este sello gestionado por amigos y un sello discográfico tradicional es más de sentido que de escala, más de experiencia que de grado de institucionalización o de profesionalización. A lo largo de la investigación, de hecho, hemos encontrado sellos de este tipo que derivaron hacia una forma más empresarial o que asumieron procesos de profesionalización, sin que estos fueran caminos de conversión hacia un sello discográfico tradicional. Esto es así, porque los sellos que estudiamos reúnen y hacen trabajar recursos, intereses, tecnologías, espacios, afectos, moralidades, competencias, compromisos, búsquedas estéticas. De este modo, estas instituciones no son un mero intermediario de una música que se produce en otra parte, sino que la constituyen. En cuanto a las experiencias de autogestión previas, el modo de trabajo es una pauta común pero la configuración en la que se inscribe ese trabajo, su escala y las valencias que asume son completamente distintas. La mayor complejidad del conjunto de los mundos de la música ha traído consigo la necesidad de competencias de gestión por parte de los músicos a un grado inimaginable décadas atrás. Al hacer dialogar los estudios sobre

autogestión musical y sobre sellos discográficos intentamos, por un lado, definir y precisar los contornos de los sellos de gestión colectiva en relación con otros casos trabajados por la literatura; por el otro, apuntamos a trascender el economicismo implícito de algunos estudios, que solo ven en la música una forma más de la mercancía, como también el culturalismo, que solo encuentra en ella una forma más de la identidad.

La lectura de esta bibliografía nos condujo a la pregunta por la definición y el sentido del sello como institución musical histórica. Sugerimos que es necesario realizar una historia de los sellos en los que la gestión es asumida por los artistas y músicos y, en este sentido, compartimos un proyecto exploratorio sobre cómo periodizarla y abordarla analíticamente. Nos limitamos a la zona de Buenos Aires, donde también realizamos la investigación etnográfica y donde se concentran las escasas investigaciones disponibles y, asimismo, las mayores posibilidades de relevamiento documental. Esbozamos un esquema que, sin duda, debe ser revisado a medida que aumenten las investigaciones. En particular, imaginamos algunas preguntas que es necesario responder respecto a esta historia: ¿cuál fue, en cada momento histórico, la relación de fuerza de estos sellos con los *majors* y con los grandes sellos nacionales?, ¿cómo se producían los discos en los distintos momentos?, ¿cómo han sido las economías de estos sellos?, ¿qué posibilidades de profesionalización han tenido? El objetivo de este esquema es mostrar que la explosión de sellos musicales tan celebrada en los últimos años debe ser comprendida en el marco de una historia más amplia. Esto impide hablar de una novedad absoluta, a la vez que otorga mayores argumentos para la siguiente reflexión de cierre.

En los últimos años, a los fines de recuperar una mirada totalizadora, algunas contribuciones en el campo de estudios han planteado que, en relación con el mercado de la música en su conjunto, el segmento sobre el que estuvimos discutiendo no es más que una especie de semillero para el ámbito *mainstream*, que alimentará en el futuro los circuitos tradicionales de unas pocas y gigantescas compañías. Este razonamiento quiere reproducir, para una experiencia que desborda lo discográfico, la «relación simbiótica entre *majors* e *indies*», característica de la industria de la música desde al menos los años cincuenta, interdependencia según la cual las primeras se limitan a comprar el nuevo talento que las segundas descubren y desarrollan (Yúdice, 2008, p. 189). De esta manera, este argumento afirma para un fenómeno presente una teleología basada en el pasado. Por el

contrario, en este trabajo intentamos describir la positividad de estos fenómenos ubicándolos históricamente. Siguiendo el argumento de Gallo y Semán (2016), todavía es demasiado temprano para afirmar si el mundo de la música podrá «re-monopolizar» (p. 64) estas iniciativas –como sucedió con algunas bandas y sellos de la escena under de los ochenta– o, por el contrario, si son parte de una transformación más radical del entorno musical. Además, el esquema histórico presentado nos anima a pensar que estos fenómenos vienen acumulando sentidos y un radio de acción sin ser colonizados hace bastante más tiempo del que se supone –¿quizás desde mediados de los noventa?–. Como sea, hay algo seguro: sellos como los estudiados están densificando el panorama musical y difícilmente, en cualquier eventual reestructuración de la situación, desaparezcan sin dejar rastro.

## Referencias

Becker, H. (2009). *Trucos del oficio. Cómo conducir su investigación en ciencias sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Benedetti, M. C. (2005). El rock nacional en los 90: el caso de La Renga. En A. Martín (Comp.), *Folclore en las grandes ciudades. Arte popular, identidad y cultura* (pp. 159-180). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Libros del Zorzal.

Boix, O. (2016). «Excels hay que hacer un montón». Músicos gestores en La Plata. *Avá. Revista de Antropología*, (28), 205-227. Recuperado de <http://www.ava.unam.edu.ar/images/28/n28a09.pdf>

Boix, O. (2017). Estado y organizaciones musicales en las configuraciones emergentes en los años 2000 en Argentina. *Resonancias. Revista de investigación musical*, 21(40), 129-144. <https://doi.org/10.7764/res.2017.40.7>

Boix, O. (2018). Piratería y gurúes tecnológicos y musicales. La conformación del gusto en la transición de lo «alternativo» al «indie». Ponencia presentada en las *X Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de la Plata*. La Plata, Argentina. Recuperado de <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar/x-jornadas/actas/mesas-tematicas-2018/?Subject=Mesa38-2018>

Corti, B. (2007). Las redes del disco independiente: apuntes sobre producción, circulación y consumo. En AA.VV., *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires* (pp. 55-79). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Cruces Villalobos, F. (2012). Jóvenes y corrientes culturales emergentes. En N. García Canclini, F. Cruces Villalobos y M. Castro Pozo (Coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 141-168). Madrid, España: Ariel y Fundación Telefónica.

Di Cione, L. (2012). Musicología de la producción fonográfica. Técnicas y tecnologías en la escena del rock durante la década del '80 en la Argentina. Trabajo presentado en el *X Congreso de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, rama Latinoamericana* (IASPM-AL).

Flores, D. (Comp.) (2012). *Gente que no. Postpunks, darks y otros iconoclastas del under porteño en los 80*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Piloto de Tormenta.

Gallo, G. y Semán, P. (2016). Gestionar, mezclar, habitar. Claves en los emprendimientos musicales contemporáneos. En G. Gallo y P. Semán (Comps.), *Gestionar, mezclar, habitar. Claves en los emprendimientos musicales contemporáneos* (pp. 15-69). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Gorla-EPC.

Igarzábal, N. (2018). *Más o menos bien: el indie argentino en el rock post Cromañón (2004-2017)*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Gourmet Musical.

Jalil, O. (20 de febrero de 1998). Gasoleros. *El Día*. Suplemento Viernes Joven, pp.4-5.

Lamacchia, M. C. (2012). *Otro cantar. La música independiente en Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Unísono Ediciones.

Lamacchia, M. C. (2017). *La música independiente en la era digital* (Tesis de Maestría). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/727>

López, V. S. (2017). *Experiencias autogestivas de edición discográfica del underground porteño de los 80: Wormo, Umbral records, Catálogo Incierto, Berlín Records y Radio Trípoli* (Tesis en elaboración). Bernal, Argentina: CONICET / Universidad Nacional de Quilmes.

Luchetti, K. (2007). *Estructuración de la producción y organización empresaria en la industria fonográfica. El surgimiento de asociaciones de productores fonográficos «independientes»* (Tesina de licenciatura). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires.

Ochoa, A. M. (2003). *Músicas locales en tiempos de globalización*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Norma.

Observatorio de Industrias Culturales (OIC) (2011). *La Industria de la Música en la Ciudad de Buenos Aires. Cambios y perspectivas del sector en la era digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Pairone, J. M. (2013). *Nociones de independencia y autogestión en la escena de música urbana del campo de la música popular en Córdoba* (Tesis de grado). Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.

Palmeiro, C. (2005). *La industria del disco. Economía de las PyMEs de la industria discográfica en la ciudad de Buenos Aires*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Investigaciones OIC, Secretaria de Cultura, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Pietrafesa, P. y Lingux. (1988). Entrevista a Daniel Melero. *Resistencia Zine*, (4).

Plotkin, P. (10 de febrero de 2017). Pelo Aprile, el último mohicano de la industria (Entrevista). *Rolling Stone*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/pelo-aprile-el-ultimo-mohicano-de-la-industria-nid1983529>

Quiña, G. M. (2014). De la autogestión al modelo de negocios 360°. La producción musical independiente en vivo en la ciudad de Buenos Aires. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (60), 1-27. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950256003>

Reynolds, S. (2010). *Después del rock. Psicodelia, post-punk, electrónica y otras revoluciones inconclusas* (Trad. de Gabriel Livov y de Patricio Orellana). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Caja Negra.

Saponara Spinetta, V. L. (2016). La Ley Nacional de la Música: vínculos entre los músicos de rock y el Estado durante los gobiernos kirchneristas. *Question*, (56), 90-106. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3398>

Semán, P. y Vila, P. (2008). La música y los jóvenes de los sectores populares: más allá de las «tribus». *Revista Transcultural de Música*, (12). Recuperado de [http://www.sibetrans.com/trans/public/docs/trans\\_16\\_21.pdf](http://www.sibetrans.com/trans/public/docs/trans_16_21.pdf)

Vecino, D. (2011). Nuevos sellos discográficos y la producción de música independiente en la ciudad de Buenos Aires, 1998-2010. En L. Rubinich y P. Miguel (Comps.), *01 10. Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires* (pp. 101-129). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Aurelia Rivera.

Woodside Woods, J., Jiménez López, C. y Urteaga Castro Pozo, M. (2011). Creatividad y desarrollo: la música popular alternativa. En N. García Canclini y M. Urteaga Castro Pozo (Coords.), *Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes* (pp. 90-128). Madrid, España: Fundación Carolina.

Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona, España: Gedisa.

Yúdice, G. (2008). La transformación y diversificación de la industria de la música. En E. Bustamante (Ed.), *La cooperación cultura-comunicación en Iberoamérica* (pp. 175-206). Madrid, España: Agencia Española de Cooperación Internacional.

Ziegler, S. (2007). Los de excepción: un retrato de las elecciones escolares de las familias de sectores favorecidos en la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense. En M. Narodowski y M. Gómez Schettini (Comps.), *Escuelas y familias. Problemas de diversidad cultural y justicia social* (pp. 79-100). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

## Notas

---

<sup>1</sup> Concepto Cero se conformó durante 2009 y al momento de realizar el trabajo de campo se definía, a la vez, como sello y como productora. En su catálogo figuran Shaman, Sr. Tomate y Mariana Päraway, entre otros. Dice Discos, con centro de operaciones en City Bell y en Villa Elisa, comenzó a funcionar en 2012, aunque el grupo fundador ya tenía un camino en organizar «zapadas» y en gestionar un centro cultural (El Dice), desde 2008. Entre sus bandas más reconocidas figuran

---

Un Planeta, Camión y Joyaz. Uf Caruf, actualmente inactivo, se definía como un sello copyleft plenamente de amigos y con una orientación a la canción. De hecho, se había iniciado en 2009 a partir de un ciclo de recitales de un grupo de cantautores llamado Tocate Mil. Editó a Orquesta de Perros, Lautaro Barceló, La teoría del Caos, entre otros. Tomas del Mar Muerto, en tanto, se definía a la vez como «sello», «productora» y «agrupación de amigos». Iniciado en 2010, editó a bandas como Fuego Camina Conmigo y Güacho, que tenían integrantes en común.

2 La elección del objeto empírico se realizó sobre la base de criterios de significatividad teórica y no de representatividad estadística. En la investigación, se acompañó a los miembros de estas organizaciones a partir de la realización de observaciones y de entrevistas abiertas en una variedad de instancias públicas y privadas, en especial: reuniones, fechas, fiestas, festivales y otros eventos. Se trabajó con la mayor cantidad posible de integrantes de cada organización en la medida que la sucesión de los hechos los hacía relevantes en la trama de interacciones investigada. Finalmente, la perspectiva etnográfica practicada, entendida como proceso relacional y dialógico entre la etnógrafa, las teorías de las ciencias sociales y las de los sujetos con los que investigamos, permitió seguir los objetivos de la investigación desde la singularidad de un caso. Este conocimiento detallado de lo singular es el que habilita el planteo de comparaciones con otros casos que refinan el conocimiento, tanto al interior del campo de estudios como en sus relaciones con la teoría social más general.

3 Esto explica que la selección de sellos con la que trabajamos –resultado del recorrido etnográfico y no de una decisión previa– no contemple sellos de otras escenas musicales. Cuchá Música, por ejemplo, una asociación de músicos dedicados a la música popular que combinan, en la escala de La Plata, ciclos de música en vivo, una distribuidora de discos y un proyecto de sello, comparte varias de las características presentadas. Sin embargo, la existencia de proyectos como este enfatiza la importancia de la configuración que presentamos.

4 También surgen en esta década sellos propiedad de actores establecidos –músicos, sonidistas, *managers* y otros actores con cierta trayectoria en el rock nacional–. Estas acciones se inscriben en un movimiento más amplio y en un escenario internacional de surgimiento de sellos y de compañías independientes menos corporativas y que funcionan con poco riesgo. El movimiento es tal que llega a algunos músicos híper consagrados: es el caso de Spinetta y el lanzamiento de *Alma de Diamante*, en 1980. En la contratapa del vinilo original, se indica que fue editado por Ratón Finta, sello creado por el artista y por su manager, del cual se indica su sede física en Palermo. Más allá de los eventuales planes del dueto, Ratón Finta editó solo discos del propio Spinetta con sus distintas formaciones a partir de los ochenta (como Jade y los Socios del Desierto). No obstante, le permitió un control de los fonogramas que no podría haber tenido en una discográfica grande. El testimonio de Pelo Aprile, recogido por Pablo Plotkin (2017), viene un poco a formar esa idea: «Alberto Ohanian [mánager de Spinetta] había fundado el sello Ratón Finta con Luis. Me vino a ver y le tomé el disco [refiere al siguiente álbum, *Kamikaze*] en licencia». En efecto, Interdisc estuvo a cargo de la manufactura y la distribución de aquel disco y de otros lanzamientos del sello.