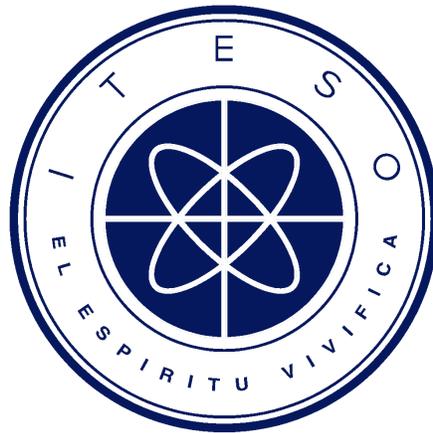


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976.

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



Las micro-editoras fonográficas independientes en el Área Metropolitana de
Guadalajara: un acercamiento a la creación sonora 2000-2020

Avance del Proyecto de Investigación

- Coloquio Primavera 2019 -

RICARDO ALBERTO GUZMÁN FLORES

Director de Tesis: Rodrigo de la Mora
San Pedro Tlaquepaque, Jalisco. 29 de Abril 2019

RESUMEN

La intención del presente documento es exponer los elementos del protocolo de investigación. El proyecto es llevar a cabo un estudio sociocultural de música popular para profundizar en los mecanismos y prácticas diarias que se realizan al interior de los sellos discográficos de la AMG. Se plantea investigar qué factores inciden en el campo de la industria musical; específicamente en el subcampo de la producción musical independiente. Mediante el estudio de diferentes experiencias artísticas se propone un acercamiento a los procesos creativos de industrias culturales entre los años 2000 al 2020. Las industrias culturales que en este caso son los sellos discográficos que se definen como micro-editoras funcionan bajo dos premisas: *a) son industrias culturales independientes que se condensan dentro de los medios de producción industrial y b) sirven de vinculación entre artistas y audiencia para dar a conocer obras sonoras con un beneficio económico compartido.*

Este enfoque sugiere investigar dos dimensiones: 1) *el contexto sociocultural de las micro editoras y 2) los procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido.* Este estudio es descriptivo-etnográfico. También procura ubicar la producción sonora como un bien simbólico que se manufactura y expone al público en contextos socioculturales específicos

Palabras clave: Música popular, Industrias Culturales, Sellos Discográficos Independientes

ÍNDICE

1.	Índice	2
2.	Introducción	3
3.	Estado de la cuestión	4
4.	Problema de investigación	12
5.	Pregunta de investigación	14
6.	Objetivos	14
7.	Hipótesis de trabajo	15
8.	Justificación	15
9.	Marco teórico-conceptual	17
10.	Plataforma metodológica	22
	10.1 universo/muestra de estudio	26
	10.2 trabajo exploratorio de campo (reporte)	27
	10.3 plan de obtención de información	29
	10.4 plan de procesamiento de información	31
11.	Consideraciones éticas	33
12.	Recursos	34
13.	Cronograma de trabajo	35
14.	Referencias (bibliografía)	37
15.	Anexos	42

INTRODUCCIÓN

En este milenio, una de las características principales en el desarrollo de proyectos musicales es la relación entre viejas y nuevas tecnologías que cohabitan en la innovación de modos de producción y de comunicación de ideas. Esta apertura en los procesos de producción industrial y medios de comunicación impacta positivamente el campo de la industria musical para la configuración y desarrollo de contenidos híbridos. Bajo la premisa de crear proyectos autosustentables y de promover artistas emergentes surgen esferas artísticas alrededor del mundo bajo la ideología *do it yourself*¹ (hazlo tú mismo) y que en su mayoría son impulsadas por jóvenes que desarrollan proyectos musicales y que encuentran en los sellos discográficos independientes su vía de promover su talento musical, expresar una ideología y ejecutar determinado tipo de música.

El interés por estudiar este tema surgió a partir de las siguientes preguntas - ¿qué sucede y cuál es el estatus actual de los registros musicales en Guadalajara? Por otra parte es un interés personal comprender desde una perspectiva académica cómo funcionan los sellos discográficos y cómo crean productos culturales. Mi interés comprende describir cómo son las prácticas de producción al interior de las micro-editoras y cómo se ejecutan las decisiones para lograr sus objetivos. Se plantea en esta investigación un acercamiento a las prácticas discográficas mediante entrevistas, observaciones, evidencias y testimonios de directores de micro-editoras para brindar un panorama que sirva para (re)interpretar colectivamente, cuantificar y trazar una perspectiva para reflexionar sobre ciertas expresiones sociales - artísticas que se generan en la industria musical independiente y de este modo avanzar hacia la comprensión de algo más amplio como es la sociedad y los intereses, preocupaciones, actividades y problemas de sus ciudadanos.

Esta investigación sobre música popular sitúa a los procesos estéticos y tecnológicos como elementos fundamentales para comprender las prácticas que desarrolla cada proyecto y visualizar la situación que vive el AMG como una de las metrópolis más importantes de México.

¹ El concepto DIY (*do it yourself*) surge del movimiento punk en la década de 1970 en Inglaterra. Engloba una ideología que impulsó a la creación y producción artística desde una perspectiva independiente (Hesmondhalgh 1996; Strachan 2003; Drijver den y Hitters 2017).

ESTADO DE LA CUESTIÓN

En el entorno académico los sellos discográficos independientes se han investigado desde diferentes campos disciplinares y con objetos de estudio casi similares. La economía, sociología, estudios de música popular, literatura, derecho y comunicación dan muestra del múltiple interés por explicar fenómenos del campo musical relacionados a las industrias culturales y al uso de tecnologías en los procesos de producción, preservación, divulgación y consumo.

La ruta de búsqueda que realicé fue desde la biblioteca de la ITESO y también en el portal online, EBSCO, Google Academy y sitios web de revistas especializadas de musicología, antropología musical y sociología. Otro elemento clave ha sido la revisión de libros y las recomendaciones de mi tutor e investigadores interesados en este tema. También la compra de libros. Se usaron los descriptores : sellos discográficos, independent music, record labels, micro labels, industrias culturales, cultural industries, música independiente, diy music. Los criterios de organización que utilicé fue hacer tres apartados. En el folder 1, todo lo referente a sellos discográficos independientes e industrias culturales. En este apartado fui agregando y seleccionando lecturas para posteriormente escribir fichas de lecturas. Cuando estaban terminadas las fichas con las ideas centrales de las investigaciones que revise enviaba los archivos al folder 3. En el folder 2, se encuentra toda la literatura revisada. Mientras que en el folder 1, se queda abierto para agregar nuevos textos en estatus de pendiente. El folder 1, ya cuenta con dos apartados; los folders 2018 y 2019; esto me ha ayudado a identificar mejor los textos, ideas y la continuidad de los temas que he revisado.

Las investigaciones, tesis, artículos académicos, *papers*, libros y textos periodísticos recopilados hasta este momento de la investigación señalan a Inglaterra como punto central a estos acercamientos. Estos primeros estudios han servido de base sólida para explicar algunos motivos en la producción musical independiente. Además Inglaterra es un país con amplia trayectoria en el desarrollo de la industria de grabación musical y medios de comunicación. Es importante señalar que en otros países como Portugal, España, Estados Unidos, Francia, Canadá, Bélgica, Holanda, Chile, Argentina y México se cuenta con documentación valiosa y reciente sobre el fenómeno de la creación de industrias culturales dedicadas a la producción musical independiente y a sus modelos de gestión, la conceptualización mercadotécnica, distribución en

tiendas físicas/online y del uso de internet como motor de interconexión con nuevas audiencias.

Para esta investigación la revisión de literatura tiene como objetivo dos elementos que considero sustanciales para determinar qué se ha estudiado, con qué finalidad y cómo son las características y singularidades que presentan estos documentos. Por una parte, destacan los estudios sobre sellos discográficos de música popular latinoamericana y los estudios de sellos discográficos independientes y micro-editoras en el mundo.

Mediante una búsqueda de estudios sobre sellos discográficos de música popular en latinoamérica notablemente destacan los siguientes trabajos: Civano, E. (2003). *La industria discográfica y la migración de valor*, es una investigación sobre los procesos de distribución y modelos de negocios que enfrenta la industria musical a nivel global. En Observatorio de Industrias Culturales. (2004). *La Industria del Disco. Economía de las PyMEs de la industria discográfica en la Ciudad de Buenos Aires*, es un estudio con una metodología cuantitativa donde se propone clasificar, enumerar e intervenir desde el gobierno a la creación de políticas culturales que puedan apoyar procesos creativos de colectivos independientes.

En Contreras, E. (2010) *Referencias fonográficas para la música popular urbana mexicana*, se ilustra un primer boceto y recorrido de los sellos discográficos nacionales e internacionales de música popular mexicana y cómo a través de los años fueron desapareciendo, cediendo y vendiendo catálogos de producción a otras empresas internacionales. Gajardo, C. (2011). *Aproximación a la industria discográfica y su relación con la industria radial en Chile (1964 – 1967)* el autor coloca el proceso de grabación profesional como una fuente de inspiración a los artistas locales y cómo a partir de la llegada de compañías transnacionales estas producciones tuvieron más visibilidad y audiencias. Otro estudio de Schachter, D. (2016). *Hacia una metodología para la recuperación del Patrimonio Sonoro Histórico* sitúa el proceso de pérdida y reconstrucción del acervo de la Fonoteca de la Universidad Nacional de Rosario por medio de métodos de digitalización.

A continuación expondré cuáles son los puntos clave para comprender ciertos debates que existen en latinoamérica respecto a las variables que interactúan en la conformación de proyectos discográficos así como algunos motivos para su desaparición. Los elementos recurrentes son: la poca apertura de los medios de comunicación, la poca profesionalización de artistas locales, la

influencia de los sellos discográficos transnacionales en los medios de comunicación y los problemas para financiar proyectos discográficos independientes aunado a que muchos artistas o agrupaciones locales cuentan con audiencias reducidas.

En América Latina los sellos discográficos existen desde hace aproximadamente 92 años mediante modelos que han situado una tradición fonográfica en los diversos tipos de música que van desde el folklore, tradicional, rock, pop, tango, urbana, trova, jazz, ritmos del mundo, tropical, cumbia, bolero hasta la música electrónica (Contreras, 2010). En este sentido los sellos discográficos trabajan en índices de *temporalidad*. Los discos son muestra de un momento en un espacio y tiempo determinado (Schachter, 2016). En los inicios la mayoría de los sellos discográficos latinoamericanos lograron que muchos de sus artistas fueran invitados a las estaciones radiales a promocionar sus discos, en gran medida debido al apoyo de compañías internacionales residentes. Al pasar de los años se creó una insatisfactoria relación entre sellos discográficos independientes con los medios de comunicación comercial debido a la falta de empatía y reconocimiento social (Gajardo, 2011).

Según un estudio en Buenos Aires hasta el año 2004 se detectaron por lo menos setenta sellos discográficos independientes los cuales peligraba su existencia por problemas de financiamiento, acceso a los medios de comunicación, piratería, falta de reconocimiento local y falta de profesionalismo. Así, otro elemento crucial es que muchos medios de comunicación exigen calidad integral al artista mediante un hit radial y la ejecución del show en vivo para considerar ser transmitidos.

Un fenómeno que es vigente desde la década de 1960 es la relación casi nula que existe entre *los sellos discográficos independientes con la radio comercial y cómo la figura del disc-jockey/locutor representa a un líder de opinión que logra por medio de su estilo determinar el éxito o fracaso de los artistas*. (Gajardo, 2011).

Los sucesos de éxito comercial más relevantes de los sellos discográficos transnacionales en Latinoamérica emergen cuando lograron la sustentabilidad económica a través de los años. Los proyectos cambiaron de nombre, compraron otras divisiones y unificaron catálogos artísticos para seguir vigentes como monopolios en la industria de la música popular. Un elemento importante a destacar es que muchos sellos discográficos independientes en Latinoamérica surgen con el objetivo de registrar, preservar, digitalizar, producir y distribuir grabaciones de obras musicales compuestas por autores locales o nacionales y quizá internacionales (Contreras

2010, Schachter 2016).

Por último a pesar de que los medios de comunicación imponen límites y toman decisiones para silenciar procesos artísticos en la música popular en respuesta surgen iniciativas independientes que promueven y buscan la preservación musical mediante diferentes prácticas una de ellas es la edición de discos (Civano, 2003).

Lo anterior, ofrece claves para elaborar un diagnóstico en Latinoamérica y entender que los medios de comunicación comerciales ejercen su poder al considerar qué tipo de música merece ser transmitida. Se argumenta que la falta de éxito de los artistas locales es debido a que no pueden demostrar su talento en vivo. Otro elemento es que muchos sellos discográficos grabaron y graban música con fines masivos, entonces los procesos creativos se establecen en estrecho vínculo con los medios de comunicación. Esto da pautas para evidenciar que al lograr controlar la mayor parte de artistas y audiencias poseen mayores ganancias. De todo esto resultan pocas las opciones que tienen los sellos discográficos independientes para la divulgación de artistas en medios de comunicación comercial por lo que me surge la pregunta: ¿cómo formar audiencias mediante artistas locales si los medios y sellos discográficos son controlados por monopolios internacionales?

En la revisión de literatura enfocada a sellos discográficos independientes y micro-editoras en el mundo existe información valiosa, particularmente considero importante destacar los siguientes trabajos: Hesmondhalgh, D. (1996). *Independent record companies and democratisation in the popular music industry*, es la primera investigación que aborda la relación entre sellos discográficos independientes, medios de producción y música alternativa en Inglaterra. Hesmondhalgh, D. (1998). *The british dance industry: A case study of independent cultural production*, se centra en las industrias culturales independientes y los efectos masivos de la música electrónica. En Strachan, R. (2003). *Do it yourself: Industry, ideology, aesthetics and micro independent record labels in the UK.*, el autor coloca el concepto *do it yourself* como el motor ideológico para la creación artística y la gestión de bienes simbólicos. McLeod. K. (2005). *Mp3 are killing home taping: The rise of internet distribution and its challenge to the major labels music monopoly*, discute cómo la industria musical tuvo un impacto de recesión de ventas a nivel global debido a los formatos como el *mp3* y los nuevos modelos de distribución en línea a principios del segundo milenio.

Strachan, R. (2007) *Micro-independent record labels in the UK. Discourse, DIY cultural production and the music industry*, retoma su investigación sobre el concepto do it yourself pero en esta ocasión lo encamina hacia proyectos artísticos de producción discográfica con características labores similares a las que se ejecutan en las micro empresas, es decir son proyectos llevados a cabo por una persona y las unidades de sus productos son de carácter limitado. Cammaerts, B. (2010). *From the vinyl to one/zero and back to scratch: Independent belgian micro labels in search of an ever more elusive fan-base*, coloca a la escena de Bélgica como una fuente activa de producción discográfica mediante la creación de micro editoras. En Fouce, H. (2010) *Tecnologías y medios de comunicación en la música digital: De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha*, postula como las nuevas tecnologías han puesto en jaque a las compañías trasnacionales debido al éxito de la libre descarga, el intercambio de archivos y los sitios web que han modificado las prácticas de consumo y por lo tanto afectan las reglas impuestas en el mercado discográfico.

En Moreau, F. (2012). *The disruptive nature of digitization: The Case of the Record Music Industry*, la digitalización es un elemento que ayuda a la creación de industrias culturales sin embargo la tecnología y piratería es un factor que perjudica económicamente a las empresas trasnacionales. En Leurdik, A., y Nieuwenhuis, O. (2012). *Statistical, Ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries: The Music Industry*, es un caso de estudio situado en Europa que da muchas ideas para pensar en la creación de proyectos competitivos desde el uso de tecnologías y la innovación de procesos de divulgación en la industria musical.

En Comelles, E. (2012). *Mapas sonoros, netlabels y culturas emergentes. Una aproximación sobre la fonografía y el paisaje sonoro en la Era Digital* aquí se enmarca el proceso de la digitalización y como se ha creado una democracia en el campo musical, se han creado *netlabels* (sellos discográficos online de libre descarga) lo que ha permitido mayor circulación de músicos emergentes a nivel global. En Albornoz, L., y Gallego, J. (2012). *The popular music industry in Spain: independent record labels in digital era*, explora en su investigación alrededor de cincuenta sellos discográficos de subgéneros alternativos e indie en España. De los cuales muchos datan desde la época de los noventas y siguen existiendo como plataformas independientes de divulgación musical. La autora Abeillé, C. (2015) en *Un análisis de sociología de la cultura: Manchester sound, Factory Records y Joy Division*, se enfoca en la

crisis discográfica de modelos independientes en Inglaterra hacia final del siglo XX debido a los elevados costos de producción y difusión. Por otro lado señala la concentración de poder que ejercen las transnacionales en este país en los medios de comunicación. En Mouillot, F. (2017). *Distribution Ambiances Magnétiques Etcetera and Constallation Records: DIY record labels and the Montreal experimental music scene*, es una tesis de doctorado que plantea la importancia de los sellos discográficos independientes para la creación de escenas y audiencias en el ámbito de la música experimental - electroacústica en Canadá.

En Drijver den, R., y Hitters, E. (2017). *The business of DIY. Characteristics, motives and ideologies of micro independent record labels*, en este estudio se colocan las características de catorce micro editoras independientes holandesas, sus modelos de distribución y sus riesgos al producir discos de artistas emergentes. En Belchoir, N. (2018) *Colectivismo, sinergias y valor artístico: el espacio de las pequeñas discográficas independientes en Portugal en el siglo XXI*, es una investigación basada en una etnografía que permite visualizar un panorama de doce sellos discográficos en Portugal. Tomando como centro el concepto de colectivismo sitúa las interacciones que se realizan en las micro editoras entre los productores musicales y directores de sellos para manufacturar discos de manera independiente. Y en Rodríguez, P. (2019) *La música, un sector en crecimiento sin modelo de negocio*, es una mirada desde la economía política a formular posibles modelos alternativos para que las industrias culturales dedicadas a la producción musical puedan sobrevivir a los bruscos cambios que demanda la digitalización.

En las anteriores investigaciones se analizan los valores y prácticas en el campo de la música independiente y dan señales de los modelos tradicionales e imperantes de la producción de la música popular.

Lo primero a considerar es el crecimiento paulatino de los sellos discográficos llamados “majors” (Sony, Universal, Warner) quienes controlan hasta el 70% de las ventas totales (Civano 2003, Leurdijk y Nieuwenhuis 2012) y del consumo musical en la industria fonográfica internacional. Las empresas transnacionales han incorporado tendencias musicales alternativas y consolidado nuevos mercados (rock, hip hop, electrónica, *world music*, etc.) con el fin de sobrevivir a los gustos de las nuevas generaciones; esto ha dado paso a la creación de artistas nacionales con toda la cobertura mediática y de promoción en los países de origen.

De tal modo que, lo revisado en los anteriores trabajos revela que el mercado global de la

industria musical es acaparado por empresas transnacionales quienes también dominan y ejercen control sobre las audiencias al programar en la radio, cine y televisión música de estas tres compañías discográficas *Sony, Universal, Warner* y sus múltiples subdivisiones artísticas.

Otros estudios explican las razones para la creación de las micro editoras: Las micro-editoras tienden a ser modelos especializados de producción musical (Belchoir, 2018) y el contacto con los artistas/audiencia es más directo con respecto a los sellos discográficos comerciales. Algunos elementos para describir a las micro-editoras es que funcionan como modelos participativos, colectivos, culturales, económicos, artísticos y sociales mediante prácticas musicales y con una *ideología independiente* (Strachan, 2003)

Otro de los elementos importantes es que las micro-editoras surgen como respuesta al control que ejercen las compañías transnacionales en el mercado global en la industria musical y medios de comunicación. Este motivo da paso a la creación y producción desde una idea independiente a que nuevos proyectos inicien actividades en diferentes latitudes divulgando artistas emergentes. El concepto DIY (*do it yourself*) engloba una ideología que impulsó a la creación y producción artística desde una perspectiva independiente (Drijver & Hitters, 2017). El colectivismo y networking ha propiciado una democratización en la industria musical (Abeillé, 2015) en las últimas décadas debido a la descentralización en los medios de producción y en la creación de nuevos medios de comunicación (fanzine, webzines, estaciones de radio por internet, etc.)

Lo anterior, ofrece claves para entender que el desarrollo de la cultura independiente motivada por la ideología DIY como factor clave en la creación de industrias musicales y al desarrollo de géneros musicales especializados ha propiciado una cultura musical *global y local*.

Otras investigaciones se centran en los fenómenos que se derivan por un creciente uso de la tecnología. Esto ha planteado reformular la manera de consumir, escuchar y obtener la música. La digitalización juega un aspecto fundamental para la conformación de industrias musicales independientes tal es el caso de los *netlabels*² (Comelles, 2012). La digitalización por otra parte repercute en efectos de piratería debido a la reproducción masiva de contenidos musicales en plataformas gratuitas en Internet, la transferencia *peer to peer* entre usuarios de la red, la libre

² Sellos discográficos de libre descarga en Internet.

descarga por medio de *torrents* y sitios *web especializados* con archivos mp3, la elaboración de copias en disco compacto tanto para el uso personal como para la venta masiva ha hecho que ni los sellos discográficos, ni los artistas tengan acceso o control sobre sus composiciones y derechos de autor para reclamar las regalías a esta industria ilegal (McLeod, 2005).

Así, el uso de tecnologías en la industria musical ha propiciado la formación de numerosos sellos discográficos organizados de manera independiente (Drijver y Hitters 2017). Incluso las micro editoras (Hesmondhalgh 1998, Strachan 2003, Drijver y Hitters 2017, Belchoir 2018) se están creando para distribuir y divulgar diversos tipos de géneros musicales en todo el mundo como reacción al control en la industria musical, medios de comunicación y hasta los procesos de manufactura.

A partir de lo anterior, se puede plantear que el uso de las tecnologías ha ayudado al crecimiento de nuevas redes que configuran y nutren los ambientes alternativos, independientes y artísticos emergentes. Por otra parte el uso de innovaciones musicales desde una visión empresarial se ve afectada por la digitalización.

De acuerdo a lo revisado es posible reconocer claras tendencias en el fenómeno de los sellos discográficos independientes y las micro-editoras. La mayoría de autores coinciden en que los procesos de consumo se han diversificado a múltiples dispositivos dando como resultado la hibridación en el uso de tecnologías para la divulgación de las obras musicales. También coinciden en señalar que los modelos imperantes del cómo producir música se han redefinido debido a la digitalización y a los factores económicos que han afectado a las grandes compañías internacionales; esto ha llevado a las compañías *majors* a recurrir en soluciones como la transmisión y venta *online* de la mayor parte de sus catálogos de música popular. Por otra parte es posible reconocer que la postura centrada en autogestionar proyectos artísticos ofrece libertades de composición y marketing que da una visión independiente de las micro-editoras sustentada por la ideología *do it yourself*.

Estos dos elementos de búsqueda **1) estudios de sellos discográficos de música popular latinoamericana** y **2) estudios de sellos discográficos independientes y micro-editoras en el mundo**, han servido para constatar que existen pocas referencias académicas en Latinoamérica al respecto de sellos discográficos de música popular urbana y que México siendo un país con bastante tradición musical muestra un rezago en este sector de investigación de producción

musical desde cualquier disciplina de estudio. Por otra parte el suceso de las industrias culturales independientes en este caso las micro-editoras son una opción viable para el desarrollo de propuestas artísticas en cualquier localidad.

Esta revisión acerca de los sellos discográficos independientes nos da la posibilidad de situarnos y actualizar la discusión en cuanto a la producción musical desde las micro-editoras independientes tomando el Área Metropolitana de Guadalajara como unos de los principales núcleos de producción en el país. Se han observado varias dimensiones para contextualizar la producción musical. La mayoría de investigaciones apuntan a que han sido proyectos ejecutados por jóvenes que utilizan diversas tecnologías y que tratan de expresarse artísticamente ante el control de los medios de comunicación y compañías transnacionales. Por lo tanto considero viable estos acercamientos académicos para situar elementos importantes y que suponemos existen en nuestro objeto de estudio.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El AMG es una de las entidades con más tradición musical alternativa e independiente en México desde hace cinco décadas³ (Valtierra 2005). Durante este tiempo han existido sellos discográficos que han editado diversos tipos de música popular en varios niveles de profesionalización. A pesar de ser nombrada de manera informal “la catedral del rock en México” (Marcial, 2010:189) por la amplia trayectoria de bandas y artistas a nivel nacional, existen hechos a nivel global que han afectado la industria musical a nivel local. Uno de ellos fue el desinterés de las compañías transnacionales por seguir contratando nuevas agrupaciones o propuestas musicales⁴ que iniciaron su trayectoria en la década de 1990.

³ Valtierra (2005) en el ensayo *El rol del rocanrol en Guadalajara* menciona que el primer disco grabado por una banda tapatía fue en 1960 por Los Boopers para la discográfica independiente Discos Coro. Las primeras tiendas en Guadalajara fueron: La Manzana Verde, Casas Warner, Musical Lemus, Polifonía y El Quinto Poder.

⁴ En 1992 se lanzan dos discos clave bajo el nuevo proyecto *Culebra Records*, una subsidiaria de la compañía transnacional BMG. *La Cuca* presenta la *Invasión de los blátidos* y *La Lupita-Pa' Servir a Ud.*; estos álbumes son piezas fundamentales para comprender parte de la historia del Rock Mexicano. La infraestructura mediática que ofrecieron cadenas como *Telehit* en este caso un canal de videos y *MTV* una cadena trasnacional genero mucha confianza y abrió la puerta a una nueva audiencia de jóvenes. A mitad de la década proyectos musicales como *Resorte* influenciados por el creciente género musical norteamericano *nu metal* editaron con la subdivisión de la transnacional *Polygram*, llamada Discos Manicomio un nuevo proyecto discográfico para apoyar el rock mexicano. También bandas como *Azul Violeta* colaboran con otra transnacional en este caso *EMI*. Muchas bandas más como *La Dosis* que al tocar *funk* y con el apoyo de la transnacional *Columbia* rompían con los estereotipos impuestos por el Rock en Tu Idioma representado por bandas argentinas, colombianas, chilenas, españolas como *Soda Stereo*,

Otro elemento a destacar es el control mediático hacia la circulación de la música popular que ha hecho que sean limitados los espacios de promoción y divulgación de artistas emergentes. Aun así, existen proyectos en el medio independiente que tratan de mantener la escena musical mediante conciertos y producciones discográficas. Sin embargo existe poca recepción y audiencias a este tipo de esfuerzos y proyectos locales. Así, la presencia de la música alternativa e independiente se concentra solo en algunos espacios radiales, sitios en internet, redes sociales y eventos masivos patrocinados por bebidas alcohólicas como Corona Capital, Akamba, Roxy Fest, etc.

El Área Metropolitana de Guadalajara representa el segundo espacio urbano más extenso en territorio en México y con alrededor de 4 750 000 millones de habitantes y cuenta con aproximadamente ocho tiendas de música alternativa⁵, un tianguis sabatino en que tiene cabida expresiones como el *rock*, *reggae*, *punk*, *hip hop*, etc. También existen tiendas que comercializan música más institucionalizada como Mr. CD con siete sucursales y dos franquicias de Mixup. Y aunque es considerable el número de habitantes, no son los suficientes para generar un circuito estable donde los músicos puedan vivir de sus presentaciones y los sellos discográficos de sus producciones, por otra parte, el desarrollo de iconos mediáticos que fueron construidos mediante la década de los noventas como fenómenos musicales y sociales en el rock nacional, hoy también luchan por el reconocimiento de la audiencia.

Todos estos elementos y otros más que seguimos investigando resultaron claves para que se invirtiera económicamente en procesos de producción musical masiva mediante la propuesta de masificación de bandas del movimiento de rock tapatío a nivel nacional y latinoamérica, incluso con mucha aceptación de la audiencia hispana en Europa y Estados Unidos.

El AMG en la práctica, opera como un núcleo regional de occidente del país, lo cual hace cuestionarnos qué entonces existe un flujo constante de personas que transitan dentro de la industria musical y las industrias culturales⁶.

Aterciopelados, La Ley, Héroes del Silencio, Los Enanitos Verdes, Caifanes, Radio Futura, Nacha Pop, La Unión, entre otras. Así, esta nueva escena musical de Rock en Tu Idioma arropó a *Maná* quienes han trabajado con las compañías transnacionales *Polydor* y *Warner*. Actualmente es la agrupación mexicana más representativa de rock-pop en habla hispana que ha dado el país y son una banda líder en el mercado nacional e internacional con un total de más de 40 millones de ventas y han obteniendo premios Grammys y Discos de Oro en distintas ocasiones mediante sus ocho álbumes.

⁵ Tea Recs, La Perla Records, Submarillo Amarillo, Aguilar Discos, Roxy and Roll, Wax Recs,

⁶ El desarrollo de iconos mediáticos que son construidos mediante la música regional es uno de los fenómenos sociales más representativos en el país debido a que el AMG es el territorio con más escuchas de los subgéneros musicales populares en todo México. En el estudio *Los Flujos de Sentido y Sonidos de Música Regional Mexicana*

El interés de esta investigación es pues, describir: ¿cómo se construye lo independiente y la identidad de una micro-editora?, ¿qué significa socializar mediante la música?, ¿qué anclajes socioculturales tienen esas músicas que aquí se reproducen?, ¿cómo se consume esta música y quiénes son esos públicos?, ¿qué lógicas de promoción usan las micro-editoras?, y si esta música que editan se define por lineamientos estéticos⁷ entonces ¿qué papel juegan estos en la configuración de estilos musicales, de diseño gráfico y formatos de reproducción?, por último ¿Dónde suena esta música ?

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

El interés de esta investigación se ha enfocado en describir las prácticas de las micro-editoras y procesos de creación artística por lo que se plantea como pregunta de investigación la siguiente:

¿Cómo son las prácticas que emplean las micro-editoras fonográficas independientes en el AMG para llevar a cabo la configuración de productos culturales dentro de procesos de creación de bienes simbólicos ?

OBJETIVOS

Luego de revisar lo anteriormente expuesto, considero que en mi investigación será necesario atender el siguiente objetivo:

- Describir el contexto sociocultural y musical de ciertas micro-editoras independientes en el AMG mediante su trayectoria y procesos de producción para comprender las lógicas que utilizan para la creación y divulgación de sus bienes simbólicos.

(Cotero, 2017) define a un grupo de sub géneros musicales como: *Norteña, Banda Sinaloense, Sierreña, Duranguense, etc*

⁷ Ver anexo p.43

HIPÓTESIS DE TRABAJO

A partir del supuesto de que un sello discográfico opera como una instancia que en su análisis permite analizar la manera en que individuos y grupos sociales desarrollan productos culturales dentro de procesos de creación de bienes simbólicos que se exponen a diversas audiencias. Se postula que las micro-editoras son plataformas especializadas que promueven un sentido identitario con sus escuchas asociado a lo *underground*⁸. Y que mediante decisiones económicas⁹ y creativas¹⁰ las micro editoras producen sentido de manera particular al promover impulsos artísticos que no tienen presencia en estructuras mediáticas comerciales, ni en compañías discográficas transnacionales. En la mayoría de los casos las micro-editoras muestran un acto de autogestión e ideología independiente.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación pretende profundizar en los procesos de creación artística y en los fenómenos sociales, mediáticos e industriales en que participan las micro-editoras fonográficas independientes y que pueden ser estudiados desde la interdisciplinariedad con un sustento teórico-metodológico del campo de la comunicación en conjunto de otras disciplinas. La diversidad de enfoques que existen para abordar la música como producción humana, relacionada a la sociedad y a la cultura parten del interés de investigaciones que se desarrollan en

⁸ *Underground* en español significa subterráneo. La música *underground* comprende géneros musicales más allá de la cultura dominante. Cualquier canción que no se comercialice legalmente se considera *underground*. La música clandestina tiende a expresar ideas comunes, como una gran consideración por la sinceridad y la intimidad, la libertad de expresión creativa en oposición a la composición altamente formulada de la música comercial y la apreciación de la individualidad artística en lugar de la conformidad con las tendencias actuales.

⁹ Éstas pueden ser variables debido al tipo de cambio de divisas entre el dólar y el peso mexicano, de los costos de producción musical establecidos para la grabación de las canciones, de cuántas unidades se van a manufacturar, de los costos de masterización y mezcla, de los costos de producción total, envío, aranceles, promoción, etc.

¹⁰ La parte creativa refiere al diseño gráfico, al empaque, la selección de colores, materiales y el dispositivo para su reproducción. Éstos son algunos elementos fundamentales que inician desde la idea original hasta el lanzamiento de la obra y se cuidan detalladamente para impactar a la audiencia.

las disciplinas de los estudios culturales, la etnomusicología, los estudios de música popular, la sociología, la economía y la comunicación dentro de lo cual, el estudio de procesos de creación, registro, producción, circulación y consumo son relevantes.

Para esta investigación las disciplinas mencionadas ofrecen claves para comprender qué persiste en la escena musical local y también por precisar cuáles son las prácticas que se efectúan desde las micro-editoras. Esto brinda un panorama de la trayectoria de diversos tipos de proyectos que existen y son referente para visualizar procesos de producción musical mediante el uso de múltiples dispositivos tecnológicos para la divulgación de la obra artística.

Se trata de construir un marco conceptual para comprender un complejo proceso social mediado por actores clave, dentro de instituciones pequeñas y grandes, todo enmarcado en condiciones socioculturales locales, regionales, nacionales y globales. Propongo que, por medio del análisis de dos dimensiones, *el contexto sociocultural de las micro editoras y procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido* se analicen los factores que aparecen para cada caso de las micro-editoras:

En el primer caso

- 1) *el contexto sociocultural de las micro editoras* .- en el orden de lo metodológico se hace un breve repaso acerca de los datos más importantes que dieron paso a la conformación del proyecto y su trayectoria para situar el espacio geográfico, temporal y social donde surge el proyecto , así como describir cuáles son las tendencias culturales alrededor de estas micro editoras.

En el segundo caso...

- 2) *procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido* .- por medio de un acercamiento a los discos que se editaron podemos caracterizar la voluntad creativa de sus fundadores y artistas . Estas piezas sirven para comprender qué los llevó a emprender estos proyectos musicales

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En primera instancia quiero mencionar que esta investigación es un estudio sociocultural que pretende observar ciertas características y prácticas que se desarrollan en el campo musical. Como he señalado, son diversas las disciplinas que han investigado las industrias culturales con un énfasis en la música popular. Así, mediante el diálogo disciplinar que ofrecen estos acercamientos se ofrecen planteamientos esenciales para comprender el funcionamiento de industrias culturales.

Los campos de la Comunicación, la Economía, la Sociología y los Estudios de Música Popular son los cimientos para esta investigación y que brindan una amplia gama de conceptos para explicar la intencionalidad (Becker, 1982) que existe en el campo de la producción artística. Así, sugiero estudiar las complejas relaciones personales, tecnológicas, industriales, sociales que se tejen y destejen con el fin de explicar todo aquello que sucede en lo extramusical (González, 2012). Que son todas las prácticas que envuelven a la música más allá de los hechos de la composición y ejecución.

El interés por observar las prácticas de producción cultural de las micro-editoras desde la interdisciplinariedad otorga elementos, posturas, acercamientos metodológicos, modelos y teorías de rango medio que ayudan en gran medida a situar el papel que juega la música popular en nuestros días, al tiempo que sirven para profundizar en la lógica teórica que ha sido planteada por varios autores para explicar ciertas prácticas y fenómenos de las industrias culturales y la industria musical.

Hasta este momento son dos los conceptos generales que definiré para iniciar un acercamiento teórico-conceptual en esta investigación: música popular e industrias culturales.

1. Música Popular

“Existe música rebelde, elitista y barriobajera” (*Martí, 2000:16*)

La música posee expresiones sociales en estructuras sonoras. El término de música popular lo

retomamos de la definición que hace Martí (1988) – “para entender la música popular hay que hacer una notable distinción entre música culta y tradicional” (p.45) - . La primera se puede confundir como música especializada o de élite y la segunda cuando se refieren a géneros autóctonos que se dan en diversas regiones. El autor coloca lo *popular* como un efecto propio de los medios masivos de comunicación para diferenciar y explicar el consumo en el fenómeno musical.

Martí (2000) postula el concepto de la *música popular como generadora de realidades sociales*. La música moderna forma parte de la problematización sobre qué es música y cómo se deben abordar las nueva corrientes. González (2012) define estas nuevas corrientes como *hibridaciones musicales*. Se puede estudiar a cualquier sociedad desde sus prácticas musicales y desde sus fenómenos culturales que en ella transitan y ocurren. En este sentido:

El fenómeno musical no nos debe interesar tan sólo como cultura, en el sentido más restringido de patrimonio, sino también como elemento dinámico que participa en la vida social de la persona y al mismo tiempo la configura (Martí, 2000:51)

Según este autor el hecho de la música popular como fenómeno cultural tiene como antecedente una tradición en los espacios rurales y urbanos, tradicionales y conservadores, occidentales y no occidentales y refiere al resultado de la interacción entre los individuos que presencian, escuchan y ejecutan esta actividad. Por tanto las músicas populares de diferentes espacios geográficos forman parte del ámbito cultural por ser considerados manifestaciones que se componen por aspectos identitarios específicos. En América Latina el campo de la música popular surge como un proceso de modernización social lo que dio como consecuencia *música masiva y mediatizada* (González, 2012). Existen músicas con sistemas simbólicos que al combinarse o reproducirse en otros contextos pueden ser innovadoras, tal es el caso del *world music*.

Por otro lado, existe una dimensión relacionada con la música popular tiene que ver con procesos de índole de mercado ¿cuánto dinero pagamos y qué valor tiene para el usuario escuchar ese mensaje del artista?

Adorno (1973) en su acercamiento a la música, define como *música ligera* la que no tiene

otros fines más que entretener de forma masiva sin fines éticos-estéticos, sin alguna entidad o alusión sublime de lo artístico; sino más bien este tipo de música surge mediante el abaratamiento de nuevas propuestas que visitan el pasado y le dan forma a una fusión del presente. La mercancía musical como forma totalizadora que promete y desborda una nueva función en los medios de comunicación cada vez se muestra más complaciente a los gustos del público y de los empresarios.

Martí (1998) ofrece un panorama sobre el término popular y la gran brecha que existe con la música académica. Debemos entender que por *música popular* refiere a un consumo cuantitativo que hace la población entonces propone los siguientes postulados:

a) lo popular no tiene distinción de clase social, b) hacer la diferencia entre lo culto y lo popular, c) lo popular no se define por géneros musicales sino por procesos de consumo d) lo popular es un efecto de los medios masivos e) la música popular se debe entender mediante su contexto social f) el término popular visto desde la perspectiva de “alma” (p.2)

Por su parte, González (2012) explica que la música popular desarrolla sus propias intertextualidades analíticas que pueden ser lingüísticas, musicales, sonoras, performativas, visuales y discursivas. En base a los planteamientos anteriores, la importancia social de la música radica en la capacidad de expresar maneras de pensar y también de articular colectivos artísticos. Cada generación tiene su música y en este sentido la música de los jóvenes refiere a músicas populares que se recrean en diferentes espacios geográficos y momentos determinados. La música no se vive igual en un ghetto de Jamaica, que en una favela de Brasil o en los barrios de Shibuya en Japón.

A pesar de esto, la música popular se adapta a espacios de convergencia para hacer tangible una experiencia deslocalizada. Esta adscripción social se da por las experiencias de convivencia en eventos públicos y mediante formas que se representan en actividades como escuchar, bailar, vestir, consumir y representar sistemas de significación que los enmarca dentro de una práctica sociocultural específica. La música *está más allá de sus propias propiedades acústicas puesto que también surge de estructuras de pensamiento* (Martí. 2000). Estas estructuras son representadas por individuos que construyen relaciones e interacciones creativas, sociales y culturales.

González (2012) sugiere pensar la música popular en Latinoamérica mediante una perspectiva que abarque las tecnologías híbridas, la cultura de masas, las técnicas de producción

a la par de revisar cómo se han desarrollado modelos propios que surgen de un proceso abierto de músicas, formas, sentidos, lugares, etc. La música popular surge como efecto de la globalización y es una mediación entre la cultura oral y la cultura de masas que exige sus propios modelos de producción y de divulgación.

Existen posturas divergentes y cierto desprecio académico por los estudios de música popular puesto que su análisis está en base a la construcción social de significados desde el consumo, pero como señala González:

La presencia de la música popular en el debate académico contemporáneo constituye también una forma de incorporar socialmente a vastos sectores de la población latinoamericana, muchas veces segregados, que practican, consumen y construyen su mundo de sentido en base a una música que es de todos. (2012, p.95)

2. Industrias culturales:

Las industrias culturales a las que nos referimos están inmersas en la industria musical. De aquí retomamos varias perspectivas para definir industria cultural. El concepto de *industria cultural* surge en la Escuela de Frankfurt por Adorno y Horkheimer (1948); quienes mediante un análisis y posicionamiento filosófico, sociológico y estético definen el comportamiento de grupos dedicados a la comercialización y masificación de bienes artísticos y culturales.

La UNESCO en 2009, define a las industrias culturales de la siguiente manera:

Las Industrias Culturales son aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos, los cuales son intangibles y de naturaleza cultural. Los contenidos se encuentran protegidos por derechos de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Dentro de las industrias culturales por lo general se incluyen industrias como la imprenta, la editorial y la multimedia, la audiovisual, la fonográfica, la [cinematográfica], así como la artesanía y el diseño¹¹.

Una industria cultural es aquella que combina la creación, con la producción y la comercialización de productos artísticos. A decir de Abreu “La industria cultural desarrolla diversos sectores uno de ellos es la producción cultural en ella habita la industria de la música”. (Abreu, 2013)

¹¹ http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_Guía.pdf

Adorno y Horkheimer (1948) publican una severa crítica a los procesos de comercialización de la música y subrayan un posible devenir de la *industria musical* como un reflejo de la estructura económica imperante y advierten que este modelo de masificación no otorga apertura a lo sublime de la creación musical. Towse (2010) desarrolla la idea de la Industria Musical como un complejo y variado ámbito donde se desarrollan actividades que conciernen a la composición musical, grabación, música en vivo, promoción, representación artística así como la producción y distribución discográfica.

Adorno (1973) en su revisión de la industria cultural y en específico de las formas de producción musical aborda el proceso de reconocerse socialmente por medio de mercancías musicales. Towse (2014) señala desde la perspectiva de la economía de la cultura, que la industria cultural puede definirse mediante tres acciones fundamentales que son *la creación de contenidos culturales por intermediarios, su producción masiva y la distribución de estas mercancías a sus audiencias*. Entre este tipo de industrias culturales cataloga a la industria de la producción musical.

Uno de los fenómenos más concurridos en las industrias culturales es la concentración y dominación por pocas corporaciones con alto poder financiero para competir sobre el mismo mercado (Towse, 2014). De esto resulta una red diminuta de monopolios internacionales que pueden obtener beneficios de un mercado activo de consumidores. García Canclini (2006) advierte que la globalización de las industrias culturales es un riesgo para las culturas locales ya que los contenidos que se realizan por compañías transnacionales ejercen sus criterios de hibridación en las prácticas culturales.

Las industrias culturales, más que todas las demás, son sensibles a las evoluciones tecnológicas porque la mayor parte del tiempo las innovaciones de la técnica han provocado y condicionado el nacimiento y la existencia misma de estas industrias (Tolila, 2006:68)

Por lo tanto muchas industrias culturales de la rama de la música y la difusión del sonido utilizan la tecnología como la posibilidad industrial y han transitado a través de los años por una *mutación tecnológica* (Tolila, 2006). Esto refiere a los procesos de cambio que deben instituirse al interior de las industrias culturales para seguir comercializando productos mediáticos. Muchas compañías que prestaban servicios a las industrias culturales se quedaron rezagadas hasta su

desaparición debido al uso de nuevas tecnologías.

La creación de industrias culturales *que sean capaces, al tiempo, de mantener una cultura común y democrática y desarrollar iniciativas que generen plusvalías a músicos, compositores y otros profesionales de la música (Fouce 2010)* trae consigo una nueva visión de cómo abordar el campo de la producción musical.

La música es una manifestación de arte que se inserta en el campo de las expresiones de la cultura como un mecanismo complejo de movimiento, comprensión y reflexión del proceso inacabado del desarrollo de la sociedad (Abreu, 2003:17)

En la industria musical habitan industrias culturales que representan un conglomerado de agentes y actividades que elaboran registros fonográficos y otras actividades como forma de negocios en donde los contenidos creativos y su distribución tienen que ver con estructuras comerciales que permiten ofrecer intercambios de valor ante la obra (Towse, 2014)

La industria de la música presenta características que se rigen por las normas industriales y de mercado. Una industria cultural es la que tiene la capacidad de gestionar recursos humanos y materiales para la transformación de la cultura a objetos para su consumo.

Desde la invención de la radio se crearon, a su vez, industrias culturales dedicadas a la producción musical y discográfica principalmente en Estados Unidos, Inglaterra y Alemania. Así, los sellos discográficos fungieron como plataformas complacientes de la cultura popular que, en palabras de Adorno (1973), *la música se fue decolorando* debido a los procesos de comercialización masiva; a pesar de esta aseveración, la realidad es que agudizaba y ponía a discusión la problemática sobre las prácticas y usos de los medios de comunicación y su relación con los sellos discográficos en tanto como industrias culturales.

PLATAFORMA METODOLÓGICA

Esta investigación tiene como objetivo describir el contexto sociocultural de las micro-editoras en el AMG con un particular interés por profundizar en cómo y quiénes llevan a cabo las prácticas de producción, ¿Cuáles son las dinámicas que desarrollan para lograr sus objetivos?, ¿Cómo describen la música que editan? y ¿Cuáles son los referentes culturales y qué

singularidades tiene cada micro-editora? Considero que son preguntas clave para comprender el funcionamiento de este tipo de proyectos artísticos. Para esto es necesario plantear un conjunto de procesos organizados y seguir una ruta para alcanzar metas a corto plazo. Esta investigación es de índole descriptiva.

La investigación en el campo de la comunicación se permea de un sin número de prácticas y modelos en diversos niveles: teóricos, *epistemológicos*, *metódicos* y *técnicos*. Cada uno “con su grado de autonomía, abstracción y rigor” (Lopes,1999). Orozco y González (2012) señalan que la investigación social científica intenta definir algo fundamental que es saber quienes somos y cómo interactuamos con los otros dentro del mecanismo social. Además señalan la preocupación reflexiva por la producción de conocimientos objetivos y proponen dos tipos de relaciones: teóricas y metodológicas.

a) Relaciones Teóricas- son las que postulan conocer el funcionamiento del mundo para incidir en él y para esto las teorías son de gran ayuda para la comprensión y construcción del conocimiento. Las teorías son esquemas de representación que sirven para explicar algo en específico y ayudan a entender mejor la realidad con sus propias limitaciones.

b) Relaciones Metodológicas - es la manera personal e intuitiva del investigador por obtener el conocimiento, es la propuesta que hace por medio de técnicas y herramientas para dar a conocer una perspectiva ya sea cualitativa (percepciones) o cuantitativa (datos duros) .

La metodología cualitativa parte de un conjunto de procesos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática. Flick (2007a) plantea diferentes posibilidades que son indispensables al momento de elegir una metodología que respalde la pregunta inicial. La propuesta es mediante un acercamiento al sujeto que otorgue un panorama en diferentes momentos del proceso de la investigación para resolver diversas inquietudes. La metodología cualitativa como señala Flick (2007a) *requiere una continua revisión para cuidar la coherencia de las decisiones y acercamientos*.

Seale (2004) plantea la construcción de la validez en el método cualitativo al comprobar criterios que demuestran la verdad e interpretación de datos que se obtienen de los informantes. La *confianza* que genera una investigación se entiende por su rigurosidad en su proceso y cuando plantea la construcción social de conocimientos mediante la validez *interna* (teoría) y *externa* (otros casos similares). La teoría y la metodología son dos procesos indispensables para la

producción del conocimiento. La objetividad que se pretende encontrar en las investigaciones es un equilibrio propio entre los procesos que se realizan para demostrar resultados. Como señalan Orozco y González (2012) es necesario intervenir la realidad y conocer el contexto para elaborar un primer mapa del fenómeno para plantear con qué teorías y herramientas metodológicas vamos a comprender dichos fenómenos. Posteriormente elaborar una ruta metodológica para producir conocimiento desde una perspectiva creativa y rigurosa. Por lo tanto una metodología cualitativa es válida si toma en cuenta a los sujetos, sus procesos, escenarios y temporalidades. Bajo este orden se busca indagar las generalidades, particularidades y las subjetividades así como la producción y validación de los datos generados por la interpretación de la realidad.

En las investigaciones de Ciencias Sociales el uso de la metodología cualitativa y cuantitativa son válidas para cumplir diferentes objetivos. La metodología cualitativa ha permitido formalizar conocimiento mediante aportes científicos y teóricos para contrastarlos con el diálogo que se establece con los informantes quienes construyen marcos de interpretación de la realidad desde sus experiencias. Este tipo de estudios contempla considerar cada paso y todo el proceso con absoluta congruencia para explicar las razones y las causas que se pretenden investigar. El investigador debe de buscar la manera de describir el entorno del problema y sustentar un enfoque para intercambiar sus conocimientos.

Los estudios de música popular utilizan la etnografía como eje elemental para comprender cómo se desarrollan y efectúan las prácticas de producción en el campo de la industria musical. Mucha de la información se encuentra en *papers* académicos, ponencias, actas de congresos e investigaciones, pero otra información valiosa habita en músicos, documentales, entrevistas en medios de comunicación (radio, prensa, televisión), plataformas por internet y redes sociales, libros de música, tiendas, fanzines y en los directores de proyectos discográficos. Por esta razón uno de los argumentos centrales para la aplicación de la metodología cualitativa se conecta con la *posibilidad* de un consenso en la información, que evoque a procesos de horizontalidad (Corona, 2012). Por estas razones es indispensable utilizar las herramientas etnográficas adecuadas y trabajar con una muestra pertinente de informantes.

Corona y Kaltmeier (2012) sugieren partir del proceso *del sujeto como iniciador de diálogo* puesto que es necesario conocer su discurso, ¿qué piensa al respecto del problema propuesto?. A pesar de ser un proceso complicado, se pueden reconocer y enmarcar perspectivas sociales y culturales al situar al informante en una etapa confortable que otorgue la igualdad de

conocimientos con el investigador y otros actores sociales. Esto refiere a la posibilidad de construir la realidad, es decir mirarse desde sí mismo para aceptarse y compartir conocimiento.

El informante captura parte de su entorno lo organiza en forma de ideas, las habla, las narra y construye un contexto de una situación para establecer conocimiento mutuo (Feixa Pampols, 2006). Para Touraine (1981) en (Bobes, 2001) *la sociedad es un sistema de acción formado por actores que se definen por sus orientaciones culturales y sus relaciones sociales*. De este modo se pueden analizar y entender cómo se constituyen las prácticas sociales. La propuesta central es integrar *las subjetividades creadoras de los individuos para la producción de conocimiento*. Siguiendo este postulado me interesa encontrar la subjetividad creadora de los individuos y entender cómo desempeñan sus prácticas artísticas intentando acceder a ciertos aspectos que transitan en la realidad social en las dimensiones micro y macro (Bobes, 2001).

La etnografía es utilizada en las Ciencias Sociales para describir a comunidades, grupos organizados y colectivos duraderos. *Estos grupos se pueden distinguir unos de otros por medio de su cultura* (Angrosino, 2014). La etnografía en sus principios se desarrolló mediante métodos para estudiar a grupos sociales de diversas zonas geográficas que parecían intactos en el tiempo. Así, convivir con varios grupos sociales permitió conformar procesos de investigación en relación directa con los sujetos. Por otro lado la reconstrucción de la memoria es una idea central para postular la diferencia con los estudios científicos naturales puesto que el ingrediente de la subjetividad es el que marca la pauta mediante la interpretación individual de las cosas. Es importante definir las dinámicas de interacción de cómo se va a registrar la información y cómo se desarrollan las prácticas de empatía entre investigador e informantes.

Riaño (2012) aborda la mediación que existe entre la relación de poder y las posibles divergencias entre el investigador y sus informantes al momento de producir datos. Señala que es importante situar al sujeto como individuo y como el representante de un grupo de personas con un contexto propio. Para esto propone regular la relación entre el experto académico y el experto de la vida cotidiana mediante una construcción conjunta de conocimientos para acceder a beneficios mutuos y colectivos (Riaño, 2012). La construcción de una relación fraternal y de respeto con los sujetos es clave para crear nuevos datos que aporten conocimiento a ésta y otras investigaciones parecidas. Así, desde diversas perspectivas se sugiere al investigador el desarrollo e improvisación de una serie de mecanismos y relaciones que se van construyendo durante el camino para obtener la información de los actores sociales.

UNIVERSO/MUESTRA

En esta investigación el universo amplio son los sellos discográficos representados por las compañías transnacionales (*major*), el universo particular son los sellos discográficos independientes y la muestra las micro-editoras. El corpus de la muestra resulta de seleccionar a conveniencia y realizar una saturación sobre sellos discográficos independientes para situar el fenómeno, articular las diferencias y dejar a un lado las regularidades. El primer acercamiento a los objetos empíricos de la investigación fue mediante una decisión de índole *geográfico y de música popular urbana*. Se realizó una búsqueda de sellos discográficos independientes de géneros alternativos en el Área Metropolitana de Guadalajara lo cual arrojó dieciséis proyectos como: *9 Corners, Fugazzi, Nopal Beat Records, Abolipop, Techkilla, Tokin Records, Poni Republic, Antena Discos, Amp Records, Happy Garlic, Suplex, Barrilete Cósmico, Lowers, Sleepy Panda, Poat Records, Ismo Records*.

De los sellos discográficos independientes que señalamos, muchos pertenecen a escenas musicales especializadas con un posicionamiento estético y audiencia que no está determinada en una zona geográfica. Así, surge un segundo enfoque de segmentación que tiene relación con *subgéneros musicales diferentes (electrónica, experimental, noise, drum and bass, indie, etc)* y que auxilian a comprender otras estéticas globales pero con una mirada local. En este sentido la decisión fue hacer un recorte a proyectos con influencias musicales similares: *Nopal Beat Records, Abolipop, Techkilla, Amp Records, Happy Garlic, Suplex, Barrilete Cósmico, Lowers, Sleepy Panda, Poat Records, Ismo Records*.

La tercera decisión para conformar la muestra fue mediante una segmentación de *orden temporal* donde se ubican proyectos por su trayectoria y *el uso de tecnologías* para la divulgación de la obra. Por lo tanto se considera pertinente colaborar con: *Nopal Beat Records (2001) Vinyl y CD, Abolipop/Suplex (2002) CD y mp3, Techkilla (2003) CD y mp3, Happy Garlic (2010) CD, Tape y mp3, Poat Records (2017) formato Tape, Ismo Records (2018) formato mp3*.

TRABAJO EXPLORATORIO DE CAMPO (REPORTE)

El trabajo exploratorio realizado hasta este momento de la investigación se realiza en septiembre y octubre del 2018 al efectuar constantes visitas a tiendas discográficas en el AMG; en las cuales realicé una revisión de los catálogos y estantes disponibles. Así, noté que estos lugares ofrecen una oferta limitada y escasa participación de sellos discográficos independientes, sellos discográficos nacionales y locales. Las tiendas físicas representan el ejemplo vivo sobre la preservación, intercambio, compra y venta de productos musicales. Los espacios que visité para realizar estas observaciones sobre consumo musical fueron: *Tea Recs, La Perla Records, Submarillo Amarillo, Aguilar Discos, Roxy and Roll y los comerciantes del Tianguis Cultural Sabatino*. También asistí el 3 de noviembre al primer *Festival Record Store*¹² realizado en el Salón del Músico de Guadalajara, donde me percaté de una participación considerable de vendedores y asistentes durante el tiempo que estuve charlando con algunos vendedores sobre música de Guadalajara. Esto me permitió reconocer que sí existen comunidades activas en busca de discos de diferentes géneros musicales. En este caso dominaba el rock en tu idioma, pop en inglés y español, música clásica, folklórica, rarezas y muchos discos originales de rock clásico cotizados a precios exagerados debido a su conservación, escasez o alguna edición especial.

El 24 de Octubre del 2018 realicé un primer ejercicio. Una entrevista semi estructurada al director del sello discográfico *Happy Garlic*. La propuesta fue producir preguntas abiertas que nos brindaran respuestas sobre el panorama de la escena musical, su experiencia como director - colaborador de sellos discográficos y su visión sobre el crecimiento de la música independiente en los últimos años en la AMG.

Guión de entrevista :

- 1) ¿Cómo describirías la escena musical en Guadalajara ?
- 2) ¿Cómo ha sido la escena musical en los últimos cinco años?
- 3) ¿ Qué relación tienes con la música ?

¹² Ver anexo página 42

4) ¿Cómo difunden la música actualmente ?

5) ¿Qué innovación encuentras en los sellos discográficos actuales?

La entrevista semiestructurada y este tipo de preguntas abiertas permitió identificar elementos generales y factores que intervienen en la industria musical independiente además de que tuve la oportunidad de plantear el proyecto de investigación sobre producciones discográficas locales a un director de un sello discográfico.

Será de gran utilidad una investigación así para poder localizar, comprender y situar qué ha pasado con la música en Guadalajara puesto que hay un hueco enorme desde los noventas (Entrevista - Director de Happy Garlic Records, 2018)

El 5 de marzo el 2019 realicé el primer ejercicio de trabajo exploratorio de campo con directores de sellos discográficos en el AMG. En la cual opté por la decisión de seguir experimentando con la entrevista semiestructurada de preguntas abiertas. El objetivo de la actividad me permitió identificar procesos y prácticas de la micro-editora *Tech Killa Records*, afinar detalles de las preguntas y percatarme de cada uno de los procesos que exigen desarrollar una entrevista. Para esta ocasión tuve mucho cuidado con la manera de dirigirme al informante y que se sintiera cómodo para que abordara cada una de las preguntas, sin límite de tiempo. El registro fue mediante una audio grabación. Además agregué una sexta pregunta: ¿Qué softwares son los que se están usando o dan esta facilidad ? en referencia al uso de tecnologías para la composición y producción de música electrónica. El informante señaló que el uso de la libre descarga de archivos de audio, el alto precio de cajas de ritmo, *samplers* y otras herramientas para la producción de música electrónica no son económicas, lo que hace que muchos artistas accedan a programas gratuitos o piratas para producir su música.

Problemas logísticos y técnicos

Necesito mejorar la calidad de la grabadora de audio y el espacio donde efectuar dichas actividades. Para el acercamiento anterior utilicé la aplicación *grabadora de voz* que incluye el Iphone S6. A pesar de tener buena calidad de grabación cualquier mensaje, email y notificación afecta a la pantalla de inicio lo que genera distracciones. Otro punto es considerar el tiempo adecuado de la entrevista y organizar un calendario para estructurar las transcripciones y la

codificación.

Hallazgos

El principal hallazgo en realización de las entrevistas fue que algunos conceptos o términos que han sido abordados en el estado de la cuestión o que están en el proceso de revisión en el marco conceptual fueron señalados por los informantes mediante sus modos de explicar la realidad con otras palabras, ejemplos o situaciones similares. Así, el informante propuso narrativas e interpretaciones sobre su propio proceso, que dan más pistas para comprender el fenómeno desde la perspectiva del informante.

Valoración general de la metodología propuesta

El uso de la entrevista semi estructurada como herramienta para obtener información me da la seguridad para comparar lo que se ha planteado por otros autores con lo que contesta cara a cara en una entrevista un actor social que tiene información y que vive día a día esta práctica de la producción discográfica. Me parece pertinente señalar que estoy satisfecho con la entrevista semi estructurada y de cómo se obtuvo la información y se procesó. A pesar de ser un modelo en el que se invierte mucho tiempo en su puesta en marcha (contactar al informante, realizar la entrevista, la transcripción y la codificación de categorías). Sin embargo los resultados que ofrecen son muy dinámicos puesto que los informantes llevan el control sobre los modos de explicar ciertos fenómenos que nos interesa investigar.

PLAN DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN (POI)

A partir de acercamientos previos con los directores de sellos discográficos el objetivo se centra en identificar información que surge al interior de las micro-editoras a partir de sus procesos de producción. Las actividades que he identificado y conforman estos procesos son: la grabación, diseño gráfico, producción en dispositivos, distribución y divulgación de la obra

El diseño metodológico que propongo para esta investigación corresponde a la estructura de los elementos que reconozco necesarios para registrar y procesar información para responder a la pregunta de investigación. Es importante definir cada una de las etapas mediante las herramientas idóneas para un aprovechamiento eficiente en la recolección de datos en el trabajo

de campo. En el apartado de justificación se postulan dos elementos para esta investigación: *el contexto sociocultural de las micro editoras*¹³ y *procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido*¹⁴

A continuación describiré las herramientas que son viables para esta investigación: *Entrevista Semi Estructurada, Grupo Nominal y Observación.*

Entrevista Semi Estructurada: Una característica interesante de este tipo de entrevistas es la oportunidad de construir conocimiento partiendo de lo general a lo particular. *Se trata de obtener por medio de las diferentes respuestas y propias construcciones de los entrevistados la posibilidad de describir su entorno* (Flick, 2007b). Este tipo de entrevistas ayudan a situar los diferentes procesos en el que se han desarrollado los sellos discográficos y en qué contexto se realizó esta práctica. Algunos proyectos quizá tienen más tiempo que otros o unos más utilizaron algunas tecnologías diferentes o sus recursos económicos son diversos. Así, estas declaraciones sirven para representar un modelo de lógica interna de cómo funcionan las micro editoras y qué producciones fonográficas realizaron a través de los años. Sirve también para describir de manera subjetiva sus experiencias musicales y sus decisiones laborales.

Grupo Nominal: es una técnica de dinámica grupal para la gestión eficaz del tiempo, se utiliza para definir consensos rápidos con relación a cuestiones, problemas, soluciones o proyectos. Para este caso propongo que los participantes en la investigación hablen cada uno sobre una temática. Al final de cada ronda se obtiene una idea general y se postula un consenso de la información que se generó para dar paso a realizar las conclusiones de cada pregunta. En este caso se contemplan seis directores de micro-editoras con una tanda inicial de 8 preguntas y si el ambiente, la disposición, los ánimos y tiempo de los informantes lo permite, se tienen dos preguntas extras para aclarar, ultimar o detallar alguna posición respecto a alguna pregunta anterior. En este caso se sugiere realizar esta actividad una sola vez y con la premisa de

¹³ Breve repaso acerca de los datos más importantes que dieron paso a la conformación del proyecto y su trayectoria para situar el espacio geográfico, temporal y social donde surge el proyecto, así como describir cuáles son las tendencias culturales alrededor de estas micro editoras.

¹⁴ Mediante un acercamiento a los discos que se editaron podemos caracterizar la voluntad creativa de sus fundadores y artistas. Estas piezas sirven para comprender qué los llevó a emprender estos proyectos musicales.

establecer mediante los datos adquiridos una visión panorámica de la música en el AMG construida desde la perspectiva de una comunidad creativa y activa. La actividad contempla una lluvia de ideas para que se reconozcan como pares. No pretende confrontar ni crear competencia entre ellos y aunque pueda suceder es importante recuperar, contrastar y construir conversaciones para emprender planteamientos que se generan en la misma localidad para audiencias con ideologías diversas. Aquí la singularidad e importancia de cada micro-editora.

Observación: Es una de las herramienta más antiguas en la construcción de conocimiento y sirve para describir el entorno mediante la búsqueda de patrones para explicar ciertos fenómenos. La observación hace uso de los sentidos sensoriales *en la búsqueda de significados* (Gallegos, 2002). Para este caso de estudio la observación estructurada auxilia al problema de investigación para acotar y definir con claridad qué fenómenos o conductas se van a observar y cómo se van a valorar, categorizar, medir o cuantificar ya que se obtiene información de informantes, situaciones, documentos, imágenes, objetos, etc. Nuestro sistema de relaciones sociales se determinan y definen por cómo llevamos a cabo *el proceso de observación y desde qué punto lo hacemos* (Taracena, 2002). La observación para Gallego (2002) *es un instrumento que analiza una situación, norma social y vida cotidiana*. La propuesta es una revisión al catálogo discográfico de cada micro-editora con el fin de situar las producciones discográficas¹⁵ que han realizado y cuantificar y clasificar datos importantes como el año de la producción, agrupación o artista, dispositivo de reproducción, tipo de distribuidora, tipo de empaque, etc.

Es prioridad asistir a reuniones para presenciar cómo se ponen de acuerdo entre músicos y directores. Acudir a eventos, presentaciones de álbumes y ferias de discos para observar cómo es el consumo de las audiencias.

PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN (PPI)

El interés principal es describir el contexto sociocultural en donde se llevan a cabo las prácticas

¹⁵ En este caso para producciones discográficas se utiliza el término *disco* para definir a un objeto/símbolo, que posee una dimensión simbólica. La definición en el sentido musical es una colección de grabaciones de sonido relacionadas a un mismo autor para ser editadas juntas y posteriormente vendidas comercialmente. La capacidad de los dispositivos físicos y digitales en minutos de registro es muy variable. Para producciones de menos de 4 pistas se suelen utilizar los términos EP; estos pueden contener remixes u otras versiones. Para una producción de entre 8 a 12 canciones se denomina LP (long play y su traducción al español es larga duración).

de las micro-editoras. Entonces las dos preguntas iniciales son: ¿Qué voy hacer con la información que generó el POI? y ¿Cómo se va articular la información de estas tres herramientas? En un primer momento debo revisar si el audio de las entrevistas y sesión en grupo es el idóneo para su transcripción. Además de contabilizar y sistematizar los datos mediante un análisis de las respuestas de los informantes para iniciar a clasificar las temáticas. El uso de cada una de las herramientas señaladas en el POI corresponde a resolver una parte del diseño metodológico. Entonces para analizar y profundizar sobre ciertos aspectos que conforman parte de las prácticas de las micro-editoras tengo que organizar al interior los resultados obtenidos para identificar personajes y familias semánticas de las tres actividades.

Sin caer en una revisión histórica de “todos los sellos discográficos en la AMG” nos interesa conocer algunas experiencias que han surgido en la escena musical del año 2000 a la fecha. Recurriendo a las micro-editoras que reflejan un espíritu independiente y que puedan contextualizar con su trabajo cómo han sido estos cambios en los procesos tecnológicos, socioculturales y locales.

Un punto a valorar es revisar si estas técnicas de búsqueda de datos me han ayudado a recolectar información pertinente. También identificar si los posibles resultados de estas herramientas han funcionado a para generar las temáticas y las categorías en la codificación. Se planea jerarquizar los elementos más significativos que arrojen los proyectos e informantes para tratar de analizar cómo es que se establecen relaciones y significados entre las interacciones: *artista - micro editora* y entre *micro editora con: el público, medios de comunicación, empresas de producción y distribución*. Por lo tanto realizar un proyecto de sello discográfico supone múltiples actividades que desempeñan los directivos y van desde la concepción inicial como hemos ya mencionado¹⁶ y otras que incluyen la gestión económica, el uso de plataformas tecnológicas, selección o curaduría del roster de artistas.

En cuanto a cuestiones técnicas he decidido comprar una grabadora de audio con un micrófono lavalier para obtener mejor fidelidad de audio y cumplir con los requerimientos técnicos que necesito para no interrumpir al informante ni yo estar al pendiente de cualquier tipo de anomalía en un teléfono. Al trabajar de esta manera podré reducir considerablemente el sonido ambiente que se genera en los espacios que a veces son elegidos por los informantes.

¹⁶ Las actividades que conforman este proceso son grabación, diseño gráfico, producción en dispositivos, distribución y divulgación de la obra.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Esta investigación puede contribuir de forma positiva a la creación y fomento de proyectos musicales artísticos. También colabora en el procesamiento de datos útiles para la preservación discográfica y ofrece una mirada académica a las prácticas que realizan los proyectos discográficos independientes. También puede contribuir a la creación de apoyos económicos y postulación de políticas culturales que trabajen de manera directa con productores discográficos y artistas para el impulso de la música popular.

Un efecto negativo es que los resultados ponen al descubierto maneras de control que ejercen ciertos sellos discográficos internacionales, medios de comunicación, instituciones culturales o plataformas digitales en el campo de la industria musical. Por otra parte al considerar abordar temas de software puede suceder que no todos los productores musicales tengan las licencias originales o que se vea afectada alguna marca que se nombre en esta investigación, también no pretende manipular alguna información con el fin de promover alguna marca, sello discográfico, *venues*, medios de comunicación, instituciones, actores sociales, etc. Por lo que también es necesario plantear que quizá algunos directores de sellos discográficos del AMG pueden no estar de acuerdo con esta investigación. No pretende generar ni crear malos entendidos entre informantes e investigador; por lo que considero la ética y el respeto como factores fundamentales en esta investigación.

Esta investigación podría afectar el *status quo* de las cosas desde una posición creativa para producir más estudios respecto a sellos discográficos de cualquier localidad. Así, pretende incidir en generar participación social para concretar proyectos de micro-editoras de cualquier tipo de música popular. También propone nuevos modos de escuchar música local y descubrir audiencias que puedan apoyar a músicos profesionales a vivir de sus proyectos.

RECURSOS

TIPO DE RECURSO	RECURSOS NECESARIOS	Cotización Aproximada
MATERIAL	Grabadora Digital con micrófono boom/lavalier	\$6 500
	Software Atlas.ti	\$12 000
	Libros / Producciones Discográficas	\$15 000
	Transportación (Gasolina)	\$24 000
HUMANO	Espacio de Trabajo con Internet	\$90 000
	Asistentes : Logística, entrevistador y audio	\$6 000
OTROS	Gastos de Comida y Transportación Informante	\$6 500
	Comunicación y Telefonía	\$9 000
	Proyecto 24 Meses (8 hrs x 5 Días)	\$184 000
	Transcripción y Papelería	\$16, 500
TOTAL		\$369, 500

CRONOGRAMA DE TRABAJO

Agosto - Diciembre 2018

- 1) Revisión de Literatura
- 2) Protocolo de Investigación I
- 3) Defensa de Proyecto de Investigación en Coloquio Iteso - Otoño

Enero 2019

- 4) Revisión de Literatura

Febrero - Mayo 2019

- 5) Revisión de Literatura
- 6) Replanteamiento del Estado del Arte, Objetivos, Pregunta de Investigación e Hipótesis
- 7) Replanteamiento del Diseño Metodológico
- 8) Segunda exploración en Campo (Entrevistas, Transcripción y Codificación)
- 9) Defensa de Proyecto de Investigación en Coloquio Iteso - Primavera

Julio 2019

- 10) Sesión de entrevistas individuales con los directores de micro editoras en la AMG para explicar sus proyectos.
- 11) Sesión de grupo con los directores para contextualizar de manera general cómo es la percepción que se tiene del fenómeno en una forma plural.
- 12) Pedir el material fonográfico, links e información digital que han editado de cada artista.
- 13) Solicitar información pertinente de sus próximas actividades para agendar y solicitar permiso para realizar a cabo una etnografía sobre sus labores.

Agosto - Noviembre 2019

- 14) Revisión de Literatura
- 15) Transcripción y análisis de las entrevistas generadas.
- 16) Transcripción y análisis de sesión en grupo.
- 17) Checar cómo será el proceso de codificación. (sí con software o manual)
- 18) Realizar un Análisis de Contenido del material discográfico solicitado.
- 19) Cuantificar la producción fonográfica en tabuladores por proyecto.
- 20) Diseñar la tabla de tabulación con sus categorías.
- 21) Transcripción de las Hojas de Campo de la Etnografía
- 22) Defensa de Proyecto de Investigación en Coloquio Iteso - Otoño

Enero - Junio 2020

- 23) Revisión de Literatura
- 24) Escribir Tesis
- 25) Defensa de Proyecto de Investigación en Coloquio Iteso - Primavera

Julio - Diciembre 2020

- 26) Titulación

REFERENCIAS (BIBLIOGRAFÍA)

Abeillé, C. (2015) *Un análisis de sociología de la cultura: Manchester sound, Factory Records y Joy Division*, Universitat Autònoma de Barcelona, España

Abreu, J. (2013). *¿Músico o Empresario? Perspectivas sobre la industria y los negocios en el sector de la música*. Editorial CIDMUC, Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana. La Habana, Cuba.

Adorno, T. (2009). Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión del escucha. En: *Disonancias: Introducción a la sociología de la música*. Ediciones Akbal. Madrid. España

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). La industria cultural. La ilustración como engaño de masas. En: *Dialéctica de la ilustración*. Trotta. Madrid

Albornoz, L., y Gallego, J. (2012). *The popular music industry in Spain: independent record labels in digital era*. Revista Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília. Brasil

Angrosino, M. (2014). *Etnografía y observación participante en la Investigación Cualitativa*. Editorial Morata. España

Becker, H (2008). *Los Mundos del Arte: sociología del trabajo artístico*. Editorial Bernal. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina

Belchoir Nunes, P. (2018). *Colectivismo, sinergias y valor artístico: el espacio de las pequeñas discográficas independientes en Portugal en el siglo XXI*. Portal de Publicaciones Científicas y Técnicas. El oído pensante. Argentina

Bobes León, Velia (2001). Buscando al Actor: La intervención sociológica. En: Tarrés, M. L . (Coord.). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. Porrúa. México

Cammaerts, B. (2010). *From the vinyl to one/zero and back to scratch: Independent belgian micro labels in search of an ever more elusive fan-base*. Media@lse Electronic Working Papers. LSE Department of Media and Communications. London. England

Civano, E. (2003). *La industria discográfica y la migración de valor*. ECCO. Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. Argentina

Comelles, E. (2012). Mapas sonoros, netlabels y culturas emergentes. Una aproximación sobre la fonografía y el paisaje sonoro en la Era Digital. En: *Arte y Políticas de Identidad*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia. España (<http://revistas.um.es/api>)

Corona. S. (2012). Notas para construir metodologías horizontales. Coord. Corona Berkin S. Y Kaltmeier, O. En: *En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales*. UDG. México

Cotero Torrico, J. (2017). *Entre líneas y sonidos: los flujos del sentido en la producción de la música regional mexicana*. Tlaquepaque, Jalisco. ITESO.

Drijver den, R., y Hitters, E.(2017). *The business of DIY*. Characteristics, motives and ideologies of micro independent record labels. *Cadernos de Arte e Antropologia*. Vol. 6, No 1. Brasil

Feixa Pampols, C. (2006). *La imaginación autobiográfica*. En: *Periferia*, Revista de Investigación y Formación en Antropología. Universidad Autónoma de Barcelona. España

Flick, U. (2007a). Proceso y Teorías. *Introducción a la investigación Cualitativa*. Editorial Morata. España.

Flick, U. (2007b). *Observación, etnografía y métodos de datos visuales*. Editorial Morata.

España.

Fouce, H. (2010). *Tecnologías y medios de comunicación en la música digital: De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha*. Comunicar: Revista Científica de Educomunicación. Madrid. España

Gallego, J. (2002). *Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación*. Scientific Information System. Redalyc. <http://redalyc.org/pdf/170/170176504.pdf>

García Canclini, N. (2004). La cultura extraviada en sus definiciones, en *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Gedisa, Barcelona.

García Canclini, N. Piedras Feria, E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo*. Flacso, Siglo XXI, México

González, J. (2013). *Pensar la música desde américa latina*. Gourmet Ediciones. Buenos Aires. Argentina

Hesmondhalgh, D. (1996). *Independent record companies and democratisation in the popular music industry*. University of London. England

Hesmondhalgh, D. (1998). *The british dance industry: A case study of independent cultural production*. The British Journal of Sociology. England

Leurdik, A., y Nieuwenhuis, O. (2012). *Statistical, Ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries : The Music Industry*. European Commission's Joint Research Centre. Sevilla.

Marcial, R. (2010). Expresiones juveniles en el México contemporáneo. Una historia de las disidencias culturales juveniles. En: Reguillo, R. (coord.) *Los jóvenes en México*. Conaculta. México

Martí, J. (1988). *Músicas Populares*. Departamento de Musicología, CSIC, Barcelona. España

Martí, J. (2000). *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Deriva Editorial. España

McLeod, K. (2005). *Mp3 are killing home taping: The rise of internet distribution and its challenge to the major labels music monopoly*. Department of Communication Studies Publications. Popular Music and Society. University of Iowa. USA

Moreau, F. (2012). *The disruptive nature of digitization: The Case of the Record Music Industry*. Université Paris. France

Mouillot, F. (2017). *Distribution Ambiances Magnétiques Etcetera and Constallation Records: DIY record labels and the Montreal experimental music scene*. Communication Studies McGill University, Montreal. Canadá

Orozco, G. y González, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Serie Brújula . México

Riaño, Y. (2012). La producción del conocimiento como “minga” y las barrera de la equidad en el proceso investigativo. Coord. Corona Berkin, S. y Kaltmeier, O. En: En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales. Gedisa. México

Rodríguez, P. (2019) *La música, un sector en crecimiento sin modelo de negocio*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/la-cofa/la-musica-un-sector-en-crecimiento-sin-modelo-de-negocio/>

Schachter, D. (2016). *Hacia una metodología para la recuperación del Patrimonio Sonoro Histórico. El circuito de restauración de antiguas grabaciones*. Uberlandia. Argentina

Seale, C. (2004). *Researching Society and Culture*. Sage. London. England

Strachan, R. (2003). *Do it yourself: Industry, ideology, aesthetics and micro independent record labels in the UK*. University of Liverpool. England

Strachan, R. (2007). *Micro-independent record labels in the UK. Discourse, DIY cultural production and the music industry*, SAGE. European Journal of the Cultural Studies.
<https://doi.org/10.1177/1367549407075916>

Taracena. E, (2002). *La construcción social del relato de implicación en las trayectorias profesionales*. Perfiles Latinoamericana. Redalyc.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502107>

Tolila, P. (2006). *Economía y Cultura*. Dirección General de Publicaciones. CONACULTA. México

Towse, R. (2010). *A textbook of Cultural Economics*. Cambridge University Press. England

Towse, R. (2014). *Advanced introduction to Cultural Economics*. Elgar Publishing. England.

UNESCO (2009). Política para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas
En: www.unesco.org/new/filesadmin/MILTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_guia.pdf

Valtierra, J. Alberto. (2005). El rol del rocanrol en Guadalajara. En : A. Medina García (coord.) *Música y Danzas Urbanas*. Colección Las Culturas populares en Jalisco. Editorial Agata. Guadalajara. México

Vasallo Lopes, M. (1999). *La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas*. en: Diálogos 56. <http://dialogosfelafacs.net>

ANEXOS

Anexo 1. Imagen de Primer Festival Record Store / 2 y 3 de Noviembre 2018

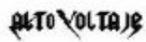


**Las mejores tiendas de Guadalajara
se unen para presentar:
Primera edicion del Record Store
Festival. Venta de vinyles,
Tornamesas. Selectores en vivo.
Snacks & Drinks y Mas.**

Viernes 2 y Sabado 3 de Noviembre
Salon del Musico, 11 Am. a 11 Pm.
Venustiano Carranza #86, Centro
Guadalajara, Jalisco.

 Record Store Festival Gdl  3311114333



Anexo 2. Imagen del álbum Imperfecto. Artista: TROKER

