

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR SEDE ECUADOR

Área de Estudios Sociales y Globales

**Programa de Maestría en Estudios Latinoamericanos
Mención Políticas Culturales**

**“Nos veremos en el escenario: prácticas musicales locales dentro del
género del rock y mercados globales”**

María Elena Bedoya Hidalgo

Quito, noviembre del 2005

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de magíster de la Universidad Andina Simón Bolívar, autorizo al centro de información o a la biblioteca de la universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura según las normas de la universidad.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial.

Sin perjuicio de ejercer mi derecho de autor, autorizo a la Universidad Andina Simón Bolívar la publicación de esta tesis, o parte de ella, por una sola vez dentro de los treinta meses después de su aprobación.

María Elena Bedoya Hidalgo

Fecha: 14 de noviembre del 2005

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLIVAR SEDE ECUADOR

Área de Estudios Sociales y Globales

**Programa de Maestría en Estudios Latinoamericanos
Mención Políticas Culturales**

**“Nos veremos en el escenario: prácticas musicales locales dentro del
género del rock y mercados globales”**

María Elena Bedoya Hidalgo

Tutor: Dr. © Edgar Vega Suriaga

Quito, noviembre del 2005

La presente investigación está enfocada en el análisis de los circuitos independientes de producción, circulación, promoción y consumo musical del género rock en la ciudad de Quito. La industria musical en el Ecuador no ha podido consolidar un sólido asidero para las prácticas contemporáneas y se ha caracterizado por una acción incipiente y fragmentaria vinculada básicamente al ejercicio de promoción y distribución ligado a las lógicas de las industrias transnacionales. El *agenciamiento independiente* ha logrado re-funcionalizar los sentidos de intercambios musicales y mostrar las tensiones existentes relacionadas con la producción-circulación de bienes simbólicos en el ámbito musical. En la actualidad es necesario abrir el debate acerca de una de las industrias culturales con mayor incidencia dentro de la vivencia cotidiana de los jóvenes urbanos; en este sentido, este trabajo intentará abrir puentes para entender el fenómeno desde su experiencia local y sus formas de inserción en audiencias más ampliadas.

*“Permitida su copia parcial o total, préstamo, radiodifusión (sic),
y cualquier otra huevada que te apetezca, total a quien le importa?
Arrecho Guayakill. Izquierdos reservados. Mami lo logré.”*
Puerto rock 2002, II Festival, Guayaquil-Ecuador
(Carátula interior del disco)

ÍNDICE

Introducción

Capítulo primero: Música e Industria

- 1.1 Una aproximación a la producción-circulación y consumo cultural en las industrias culturales: el caso de la industria de la música
 - 1.1.1 La industria de la música
 - 1.1.2 El agenciamiento independiente
- 1.2 Un breve vistazo a las industrias culturales en el contexto latinoamericano y global

Capítulo segundo: Espacios del “Rock Latitud Cero”

- La vuelta del músico: el espacio de los músicos rockeros en el escenario capitalino
- Rock y medios
- Rockeros fieles, rockeros infieles
 - 2.3.1 Traspasando fronteras
 - 2.3.2 Del norte y del sur...
- 2.4 Disqueras y producción local
- 2.5 “Vive en vivo”
 - 2.5.1 Programas, espectáculos y política cultural

Conclusiones

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Las investigaciones sobre la música rock en nuestro país se han preocupado especialmente en las problemáticas alrededor del consumo, la relación entre música e identidad, así como también, en la elaboración de breves esbozos históricos de su llegada a nuestro medio¹. Si bien es cierto, estas inquietudes aún necesitan ser debatidas, existe en la ciudad de Quito una particular efervescencia de un *agenciamiento independiente*² de los músicos jóvenes que ha puesto en discusión los sentidos de intercambios culturales relacionados a la música y ha mostrado las tensiones existentes vinculadas con la producción de mercados a nivel local y global.

Desde esta perspectiva me he planteado una inquietud directriz para mi investigación: ¿cuáles son y de qué manera los agenciamientos independientes expresan las tensiones en la producción de mercados vinculados al género *rock* en la capital, frente a la producción, circuitos y consumos globales? He articulado el esquema de mi investigación dentro de dos

¹ Nos referimos a los siguientes: César Ricaurte, *Cuando te ves en el espejo, cuéntame ¿qué ves?*, Quito, Departamento de Desarrollo y Difusión Musical, 1996; René Unda Lara, *Identidad y movimientos sociales: Proceso de Constitución de movimiento rockero en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 1996; Pablo Guerrero, *El rock y su "nacionalización"* Notas sobre su presencia y desarrollo musical en el país, Quito, 1997; Karina Gallegos Pérez, *Identidades colectivas urbanas: el caso de los metaleros en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 2000; Danilo Vallejo, "El movimiento subterráneo o en otras palabras el underground nacional", en *Abrelatas*, Quito, noviembre-diciembre del 2002. Sin contar numerosas publicaciones de prensa alrededor del fenómeno que no las hemos incluido en esta pequeña lista.

² Esta es nuestra categoría de análisis que la explicaremos más adelante.

objetivos específicos: en primer lugar, me interesa indagar la manera en que los modelos locales pueden re-funcionalizar las formas de intercambio cultural a través del agenciamiento independiente y ofrecer nuevos diálogos entre los sistemas de producción de redes y consumo de bienes simbólicos desde el universo del rock; y, en segundo lugar, quisiera investigar qué ofrecen los elementos estudiados para comprender e interpelar los fenómenos y prácticas vinculadas a la transnacionalización de la música.

No es mi intención escribir aquí una “historia del rock” en Quito, peor aún del país, más bien, quisiera rastrear algunas trayectorias, sondear ciertas experiencias, ubicar lugares comunes que nos puedan conectar con las particularidades de este fenómeno musical y las implicaciones que tienen dentro de las prácticas de producción y en el ámbito social local. Músicos, comunicadores, promotores, productores, sonidistas, melómanos, han sido parte de este escenario, han ido construyendo sentidos y significados, apropiándose de ellos, dentro algo llamado *rock*.

Coincido con Julia Palacios cuando considera que hablar de rock desde el ámbito latinoamericano es problemático, puesto que no existe como en los países angloparlantes, una historia de los procesos de esta música en general por la escasez de fuentes escritas y audiovisuales que dificulta una reconstrucción histórica: “Lo que ha prevalecido es el recuerdo, la anécdota, la evocación de una historia fragmentada, plagada de lugares comunes, llena de nostalgia, y narrada y transmitida básicamente de manera oral, por quienes fueron sus protagonistas” (Palacios s/f: 2). La mayoría de relatos que se han construido alrededor del rock han sido recopilados oralmente de sus protagonistas, personajes vinculados en algún momento de su pasado con este género. Alessandro

Portelli, señalaba que “la importancia del testimonio oral puede que no esté en su adherencia al hecho, sino más bien en el distanciamiento de éste, conforme surge como imaginación, simbolismo y deseo” (Portelli en Palacios s/f : 5). Estoy interesada en sondear las formas en que se van construyendo sentidos en torno al *rock* y cómo estos participan de la promoción de un tipo de agenciamiento independiente de carácter local y ubicado dentro de un mercado y contexto globalizado.

En el primer capítulo presento una breve aproximación a los enfoques relacionados a la producción-circulación y consumo en el ámbito de las industrias culturales y especialmente dentro del campo musical. En la industria de la música la dinámica de las *majors* e *indies*³ se ha constituido en uno de los referentes para la interpretación de las tensiones entre lo global y local en el contexto actual. No obstante, me interesa indagar en la agencia de los distintos actores vinculados a la práctica musical en el género del rock, en un escenario local donde esta relación –majors / indie- parecería desdibujarse. En este sentido, he articulado en mi investigación el concepto de agenciamiento independiente.

³ Caracterizaremos específicamente estos términos dentro del primer capítulo, no obstante, para ubicar a nuestros lectores, quisiéramos indicar de manera general que *majors* son las grandes disqueras o “conglomerados de entretenimiento” a nivel transnacional, e *indies*, son pequeñas productoras de alcance regional o nacional.

En términos generales el concepto de agencia⁴ (*agency* en su acepción inglesa) supone la capacidad de acción o actuación de los actores (individuales y colectivos) frente a circunstancias estructurales que constriñen pero que a la vez posibilitan la acción. La agencia no es la intencionalidad o finalidad expresa en sí misma, sino más bien la capacidad de intervención (poder hacer) dentro de un flujo de acontecimientos, en esta medida, se articula en una relación de acción-poder. El agenciamiento independiente se entiende entonces como el despliegue de la agencia que está teniendo lugar dentro del ámbito de la música en nuestro medio.

En el segundo capítulo me interesa ubicar ciertos puntos de enlace que puedan explicar de alguna manera cómo se van construyendo y se producen ciertos significados y sentidos en las prácticas de producción-circulación y consumo de la música, de dónde proceden y se articulan; es decir, un tipo de genealogía que, como diría Foucault, siga el hilo de la procedencia, “conservar lo que ha sucedido en su propia dispersión: localizar los

⁴ Anthony Giddens y Pierre Bourdieu han propuesto definiciones para el concepto de *agencia* que las queremos revisar muy brevemente. En el primer caso, desde su teoría de la estructuración, Giddens se preocupa por superar la dicotomía existente entre estructura y agencia, y propone una lectura de las prácticas sociales como receptoras de propiedades estructurales y generadoras de estructuras dentro de un escenario espacio-temporal. Según este autor, la agencia no se refiere a la *intención* de hacer cosas sino más bien a la capacidad de *hacer cosas en primer lugar*, en esta medida, la acción implica poder. La agencia se refiere a los eventos de los cuales un individuo es autor, en el sentido de que un individuo podría, en cualquier fase de una secuencia dada de conducta, haber actuado de manera diferente (Giddens 1984). En el caso de Bourdieu, es importante entender la articulación entre campo y *habitus* para acercarse a la noción de agencia. Para este autor, “un campo es un sistema estructurado de fuerzas objetivas, [y] una configuración relacional dotada de una gravedad específica capaz de imponerse a todos los objetos y agentes que penetran en ella” (Bourdieu 1995:24). Es simultáneamente un espacio de conflictos y competición –guerra de posiciones- en donde, el progreso de las luchas, la forma y las divisiones mismas del campo, se convierten en *una postura central*, y modifican la distribución y el peso relativo de las formas de capital. El *habitus* es un mecanismo estructurador y estructurante que opera dentro de los agentes, “como un “sistema de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones” (Bourdieu 1995:92) vinculado a la dinámica del campo; desde esta perspectiva, la agencia se articula al *habitus*, en la medida en que, éste último alude a un conjunto de relaciones históricas depositadas en los cuerpos individuales bajo la forma de esquemas mentales y corporales de percepción, apreciación y acción.

accidentes, las mínimas desviaciones –o al contrario los giros completos-, los errores, las faltas de apreciación, los malos cálculos que han dado nacimiento a lo que existe y es válido para nosotros” (Foucault 1997:27). Esta perspectiva nos podría ayudar a entender las distintas apropiaciones que, desde diferentes lugares, se han realizado sobre el hecho musical para vislumbrarlo dentro del marco de la globalización y los procesos transnacionales. En este sentido, hemos enfocado también dentro del tipo de coyuntura socio-política en que se configuran los espacios de acción del quehacer musical y sus articulaciones dentro de las prácticas de producción independiente, el desempeño de los radios y los distintos lugares de enunciación de los músicos en torno al ámbito musical en el que se desenvuelven.

Me he ubicado en una *cota temporal*⁵ entre 1995 al 2005. Cabe recalcar que no hago referencia a un “periodo” o “fase”, considero que los límites temporales *no son fijos*, por tanto no pretendo describir, analizar o problematizar lo referente al género desde 1995, sino que prefiero movilizarme en un espacio interconectado a un cierto devenir histórico –por esto propongo una suerte de genealogía-, localizado en ciertas coyunturas sociales y políticas, así como, vinculado a las distintas trayectorias transcurridas dependiendo de dónde se hayan generado las prácticas musicales. Creo necesario develar las complejidades del fenómeno, sus cruces, desvíos, interconexiones y evitar la elaboración de modelos globalizantes.

⁵ *Cota temporal* se refiere al uso de una temporalidad discreta relacionada a un cierto devenir de acontecimientos interconectados.

Existen ciertos factores por los cuales elegí este universo temporal; el primero tiene que ver con el progresivo crecimiento de bandas en los últimos diez años en la ciudad de Quito y sus continuas labores de autogestión vinculadas tanto a la producción y circulación de sus productos, como a las formas de promoción a través de distintos medios como la radio, el internet, o el espacio público del concierto. En segundo lugar, me interesa la configuración de ciertas agrupaciones juveniles al sur de la ciudad –por ejemplo “Al Sur del Cielo”- articuladas alrededor del estilo metalero. Estos grupos se hicieron más visibles en el escenario público a raíz de las represiones sufridas, así como por su labor mancomunada en la organización de la conocida “Semana del Rock” realizada por primera vez en el año de 1997. Y finalmente, me interesa articular estos aspectos con la gestión que han cumplido en estos últimos diez a quince años los gobiernos locales en cuanto al apoyo proporcionado a los músicos dentro de esta rama musical.

Para concluir, quisiera agradecer a todas las personas que han colaborado en la elaboración de esta investigación. Gracias a todos mis entrevistados por su tiempo y colaboración: Mayra Benalcazar, Andrés Terán, Cristian Castro (Al Sur del Cielo), Hugo Ferro, Edgar Castellanos, a los chicos de Hostil y Kaos, los promotores de la Fabrika del Rock, Fernando y Alexandra Arroyo, Carlos Sánchez Montoya, Cristian Mejía, Omar Valdivieso, Sergio Sacoto y Hernán Guerrero. Un agradecimiento especial a Pablo Guerrero y el Archivo Sonoro por su valioso material de investigación, y Edgar Vega mi tutor de tesis. A Christopher Garcés por su apoyo e invaluable comentarios. Gracias a todos los músicos por seguir creyendo y trabajando por sus proyectos.

CAPÍTULO PRIMERO

MÚSICA E INDUSTRIA

1.1 Una aproximación a la producción-circulación y consumo cultural en las industrias culturales: el caso de la industria de la música

El punto de partida para la conceptualización de la noción de industria cultural surge con los pensadores alemanes de la llamada Escuela de Frankfurt, Theodore Adorno y Max Horkheimer en su texto *Dialéctica del Iluminismo* en el año de 1947. La industria cultural era vista como productora de esquematismos al servicio del cliente, “para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer 1988:2). En este sentido, predominaba en estas prácticas industriales un equivalente a la “estética del dominio”.

Según los dos pensadores, mediante la industria cultural no se podría encontrar lo sublime en el arte, sino que por el contrario, sus productos solamente podrían “reprimir y sofocar” a

los individuos constantemente alrededor del deseo y el hábito de la privación. Dentro de la posición de Adorno y Horkheimer, el acento, al parecer, estaba puesto en la esfera de la producción de bienes simbólicos -en la propia industria y sus mecanismos de reproducción y manipulación- confiriéndoles a los espectadores o consumidores de los mismos, un nivel de recepción pasivo e ingenuo dentro del proceso. Esta observación de los dispositivos de reproducción en una serie de productos estándar, establecieron una unidad de sistemas, intentando así desentrañar las nociones de manipulación intrínsecas en estos fenómenos, según los autores, “la racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo” (Adorno / Horkheimer 1988: 2).

Sin embargo, según Mattelard y Piemme, en su artículo *Las industrias culturales: génesis de una idea*⁶, aseguran que los académicos alemanes tenían un objeto de análisis que no era precisamente la industria cultural y sus matrices institucionales como tales, sino que más bien sus preocupaciones giraban alrededor de la idea de “cultura de masas”, es decir, no topaban los problemas inherentes de la producción cultural, como por ejemplo, cómo se conciben ciertas industrias, qué se selecciona y por qué, qué se moldea, fabrica, distribuye, promueve y se consume finalmente de los productos culturales. En este sentido, según estos autores, el tipo de institucionalización y las distintas jerarquías existentes en cada una de las diferentes industrias (cine, música, editorial, etc.) ha sido tratada, por los estudiosos alemanes, de una manera globalizante y reduccionista que no permite una lectura integral del fenómeno de la producción.

⁶ Este artículo pertenece a una colección de trabajos presentados en el libro: *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, que fue elaborado gracias al apoyo de la UNESCO, los cuales en la Conferencia General del 24 de octubre de 1978 impulsaron un programa de investigaciones comparadas sobre las industrias culturales.

Es importante analizar a la producción cultural como un conjunto de procesos y prácticas en donde los fenómenos culturales deben ser “entendidos a través de diferentes prácticas significantes y conectados de manera integral a hábitos y acciones más amplias que transcurren por fuera del ámbito específico laboral” (Negus en Ochoa 2003:60) y que de manera general están creando mercancías –en nuestro caso obras artísticas musicales- para un mercado.

Para Raymond Williams (1994) las relaciones sociales que establecen los artistas, como productores, con el mercado son variables. Para acercarnos a una comprensión de éstas, el autor las clasifica de la siguiente manera: a) *artesano*, es decir, aquellas en donde el productor independiente ofrece su propia obra a la venta directa y es dependiente del mercado inmediato; b) *post-artesano*, por un lado, son aquellas en las que el productor no vende su obra directamente sino a través de un intermediario o distribuidor, y por otro, el productor vende sus obras a un intermediario que invierte en la obra para luego obtener beneficios; c) *profesional del mercado*, en donde se da una creciente capitalización de los intermediarios productivos y mayores grados de especialización; en este tipo de relaciones cobra importancia el copyright (propiedad intelectual) y el royalty (regalía); d) y finalmente, *el modo empresarial moderno*, que son aquellas que organizan la producción desde el principio: ofrecen empleo asalariado o por contrato, se basan en la utilización de nuevas tecnologías –en música por ejemplo el desarrollo del cd⁷- y crean estrategias de mercado para posicionar los productos a través de la publicidad.

⁷ En el ámbito de la música existen diferentes formatos o soportes. El primero fue el conocido como acetato o disco de vinilo (conocido como *Long play*: LP) que dependía del uso de tocadiscos. Posteriormente

Cabe destacar que los procesos de circulación de bienes se articulan a las formas en que se configura la producción cultural, es decir, dentro del ámbito de acción a partir del cual pueden movilizarse dentro de la esfera del comercio. El tipo de circulación de los bienes culturales está necesariamente vinculado al tipo de decisiones que se establezcan en cada uno de los escenarios descritos y depende mucho del circuito al cual se quiera llegar, así como también a sus niveles de acceso.

Walter Benjamín discute las alusiones de Adorno y Horkheimer alrededor de la “desublimación del arte” y la supuesta banalización de la cultura al convertirse en producto-mercancía serializado. Este autor consideraba que en la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que “se atrofia es el aura de ésta (...) la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible. Y confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir, desde su situación respectiva, al encuentro de cada destinatario. Ambos procesos conducen a una fuerte conmoción de lo transmitido, a una conmoción de la tradición” (Benjamín 1989:4). La importancia del trabajo de Benjamín para nuestro estudio radica en las posibilidades abiertas a través de la “reproductibilidad técnica” expresadas en las transformaciones del “sensorium”, es decir, los modos de experiencia y percepción (nuevas sensibilidades), y las maneras en que se re-significan ciertas prácticas en la “conmoción” de lo transmitido. A mi modo de ver, en una primera

aparecieron los casetes que usaban una cinta magnetofónica para plasmar señales de audio. Ambos formatos tendían a deteriorarse con su utilización. En la actualidad el disco compacto o cd es el más utilizado. Este funciona con un lector digital que codifica la información que es transmitida a través del soporte. Philips fue la primera compañía que lanzó el cd hacia 1982. Finalmente, el mp3 (*MPEG 1 Layer 3*) es un tipo de archivo de música comprimida cuya salida es mayoritariamente a través del internet.

instancia de la producción cultural, la recepción se configura en la “experiencia” de los propios músicos frente a su entorno y las posibilidades que de él extraen, integran y construyen.

En América Latina dos pensadores han sido determinantes a la hora de reflexionar las formas de “consumo cultural” respecto a las industrias culturales, ellos son Néstor García Canclini y José Martín Barbero⁸. Entre las décadas de los sesenta y ochenta, la reflexión había sido orientada al tipo de ideología dominante que se trasmitía en los productos o mensajes de las industrias culturales; sin embargo, ambos académicos introdujeron, desde su óptica particular, la importancia del consumo como una práctica en donde se puede apropiar y re-significar los contenidos de un orden dominante, es decir, estaban interesados en el carácter “simbólico” de los bienes culturales por sobre sus valores de uso o cambio. Según Sunkel, esta nueva orientación teórica metodológica proveyó de innovadoras herramientas para el análisis cultural que posibilitaron abrir la lectura de los fenómenos vinculados a las industrias culturales, circulación de bienes y su incidencia dentro de las audiencias.

1.1.1 La industria de la música

Existen dos términos que se han utilizado para describir la dinámica actual de la industria de la música a nivel global: el fenómeno de las *majors* e *indies*. Las *majors* no son simples

⁸ Guillermo Sunkel propone la lectura de ambas perspectivas como determinantes en América Latina y los aportes teóricos metodológicos de ambos autores. Ver Guillermo Sunkel, “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, en *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, compilados por Daniel Mato, Caracas, Clacso / Universidad Central de Venezuela, 2002, pp. 287-294.

disqueras o productoras y distribuidoras de música, sino que son “conglomerados globales de entretenimiento integrado, que incluyen la televisión, el cine, las cadenas de disquerías, las redes de conciertos, y más recientemente la Internet, la cabledifusión, y la satélitedifusión” (Yúdice 1999:182). Son cuatro grandes *majors* –o empresas- que dominan el mercado mundial SONY-BMG, EMI, UNIVERSAL y WARNER, y que han borrado las diferencias entre lo que serían las empresas nacionales y extranjeras, creando una red de compañías globales con licencias y subsidiarias en varios países de Latinoamérica.

En el caso de la industria formal de la música existen distintas matrices institucionales que demarcan ciertas prioridades, sentidos inclusivos y exclusivos de las prácticas musicales, y sistemas de organización en torno a la oferta y demanda articulados a las formas de producción y promoción de los productos amparados en las dinámicas del marketing. Podemos citar por ejemplo el fenómeno de la configuración de un *star-system*⁹ (Breton 1982:55) como una de las estrategias mejor diseñadas por los grandes productores de música. Su efectividad radica en la creación de lazos afectivos –la idea del ídolo- a ciertas clases de productos, y sirve a las grandes transnacionales para controlar la inestabilidad de la demanda (Breton 1982:56); no obstante, esto funciona en la medida en que el “intérprete” cree una reacción entre los consumidores, es decir, a partir de esta plataforma, el productor impulsará a este artista para convertirlo en una “estrella”.

⁹ *Star-system* es un sistema que sirve para “‘atar’ o vincular a los consumidores indirectamente –es decir, mediante el establecimiento de un lazo afectivo y emocional con una o más estrellas- a ciertas clases de productos” (Breton 1982:55). Una de las conformaciones más exitosas y consolidadas del sistema *star-system* ha sido Hollywood quien lo impulsó desde sus inicios a través del despliegue promocional en los medios de comunicación.

El agente de marketing Omar Valdivieso¹⁰ de *Sony-BMG Music* del Ecuador nos manifestó en la entrevista que le realizamos, que existen ciertas distinciones dentro de los artistas que maneja la disquera: “superprioritarios”, son aquellos que requieren una mayor promoción continua, establecen los rumbos creativos promocionables –o prototipos como veremos más adelante- de la empresa, así como el mantenimiento de una fuerte proyección a nivel mundial como “estrellas”, un ejemplo de este grupo es Shakira, quien a través de la creación de un “antecedente”¹¹ en Colombia hacia 1995, fue distribuida regionalmente con un éxito probado en países como el nuestro.

La categoría de “superprioritaria” para Shakira la obtuvo en Miami, lugar clave al parecer para la permanencia de ese rango y su proyección internacional como una artista latina. Cabe destacar que autores como Yúdice (1999) o Mato (2002), han señalado la importancia de Miami como centro de producción tanto en lo musical y visual (las telenovelas), y como eje en la integración latinoamericana. En este sentido, la ciudad aparece no solo como el centro de la transnacionalización (un ejemplo de ello en el caso musical sería la cadena de música MTV latino) de estas industrias sino también como ícono de la “cultura hispana” en los Estados Unidos y referente simbólico para un mercado de 33 millones de consumidores (Mato 2002:63).

¹⁰ Entrevista realizada el 12 de septiembre del 2005

¹¹ El “antecedente” significa la existencia de un *background* de aceptación localizada en un país, y se mide por el número de discos vendidos y la buena penetración a nivel nacional del artista. Según Omar Valdivieso: “muchas veces por trabajar, y ahora mucho por el asunto piratería, te manejas con el asunto del antecedente porque eso es una guía para ti y dependiendo, porque eso también no es una Biblia que te dice eso también va a pasar acá, entonces ahí entra la promoción en radios, discotecas, porque puede ser un éxito allá, pero se queda en un éxito allá si no lo trabajas aquí” (12-09-05) Lo interesante es que muchos de los “descubrimientos de estrellas” son atribuidos a cierto “olfato de la música” combinado con una especie de sensación de suerte. Este es el primer paso para apostarle al crecimiento y promoción de una determinada carrera artística.

Un segundo grupo son los artistas “prioritarios” con carreras intermedias y de despliegue promocional más bien regional, y un tercero son los “productos en desarrollo”, una estrategia parecida al cazatalentos, que dicho sea de paso, es un proceso en construcción en nuestro país. El éxito de un producto sirve entonces para indicar que es posible emplearlo como prototipo en la fabricación de otros más (Breton 1982-57), aquí, la producción juega un papel importante en la medida en que contribuye al establecimiento de ciertos patrones creativos, formas musicales aceptadas, modelos estilísticos, que no se imponen por parte de los productores pero el éxito mide su capacidad de volverlos en modelos estrellas para otros¹². Así, el mercado, siempre sensible a innovaciones, como diría Raymond Williams, es “por naturaleza, profundamente reproductor tanto de la demanda conocida (“el gusto del público” como algo cristalizado) como de las prioridades conocidas (generalmente, la compatibilidad de la obra con los medios y determinantes técnicos, económicos y, en última instancia, sociales de sus tipos de producción” (Williams 1994:99).

Convertir o mantener a una artista de la categoría “superprioritaria” o promover la carrera de artistas “prioritarios” parecería ser un rubro importante en la inversión de la empresa. Este año la transnacional del entretenimiento Sony enfrentó una grave denuncia de

¹² Sería interesante no sólo observar la construcción de ciertos talentos, sino de prácticas de construcción de los mismos como por ejemplo el caso acaecido hace poco tiempo atrás con la disquera MTM (Subsidiaria de Warner) en la promoción del famoso producto de los programas de *Popstars* organizados por Teleamazonas. Esta disquera se involucró en este evento porque a nivel internacional *su popularidad había sido comprobada*, y obviamente, de acuerdo a datos proporcionados por la disquera del grupo, MTM, “a tan sólo dos días de haber sido lanzado su primer CD se han registrado a nivel nacional 4.500 discos vendidos y el fin de semana pasado se registraron 20.000 copias vendidas, cifras que hasta el momento les otorgan un disco de oro, un disco de platino y uno doble platino”. (<http://www.teleamazonas.com/kiruba/conciertos.htm>) Podríamos cuestionar la fórmula de *Popstars* no sólo por el papel de los medios de comunicación en la elaboración de programas con “éxito comprobado”, sino también el tipo de simulaciones que la propia industria produce de ella misma en la fase de producción y construcción de un artista.

“payola” –pago por sonar- de dos de sus grandes artistas, Jennifer López y Beyonce. La disquera pagó 10 millones de dólares para que se suspendiera una investigación sobre el pago de radios en la ciudad de Nueva York. Uno de los diarios de la capital se interrogaba al respecto de este escándalo: “los temas o los artistas que se ubican en las listas de privilegio de las radios ¿son los que la gente prefiere? (El Comercio 2005/07/31). En muchas de mis entrevistas, especialmente con los conductores de radio y los agentes de las disqueras, se evitó el tema de la payola, muchos de ellos prefirieron no hablar del asunto, puesto que al parecer, este negocio se maneja a nivel de compadrazgo *supuestamente* en las “pequeñas disqueras”, en una especie de relación: “si me das, yo te doy”. Sondar este tipo de estrategias es una tarea casi imposible y muy delicada, sin embargo, estamos conscientes que en la compleja situación del mercado discográfico, es posible que existan estos casos, pero es muy difícil comprobarlos.

Otro aspecto importante dentro de la industria es la función de los productores artísticos, muchos considerados como necesarios para el éxito de un disco. Sergio Sacoto, líder de la banda local Crucks en Karnak al indagarle sobre el oficio de la producción nos comentó que básicamente existen algunas *reglas elementales* dentro de este ejercicio, como el establecimiento de ciertos objetivos de qué es lo que quiere el artista: promocionarse en la radio, potencializar sus capacidades, maximizar su producto, alcanzar mayores niveles de venta, etc. Lo importante para Sacoto en la tarea de producción es conocer primero las reglas para poder romperlas. De hecho la figura del productor dentro de la creación musical puede convertirse incluso en determinante a la hora de pensar en el éxito de un disco o grupo. Grandes productores como Gustavo Santaolalla conocido como “el gurú del rock en español”, Glen Ballard, Brian Eno, Aníbal Kerpel, entre otros, han sido considerados como

figuras internacionales de la música. En una de las entrevistas a Gustavo Santaolalla, músico y productor argentino, se señalaba lo siguiente:

“Qué significa pensar un disco? Los productores ocupan el rol de ‘mediums’ entre la creación artística y su industrialización. Toman diamantes por pulir y los convierten en sonidos masivos: a veces para la radio, a veces para el verano, a veces para fortalecer la esencia de los grupos. Los productores son adictivos, como los chocolates. Pero nadie lo confiesa abiertamente.”
(<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-1855-2005-09-01.html>)

Gustavo Santaolalla ha trabajado y se ha constituido como el eje fundamental de carreras de artistas de rock en español de gran renombre como Café Tacuba y Molotov de México, Puya de Puerto Rico, Los Prisioneros de Chile, Bersuit Bergarabat de Argentina, Juanes de Colombia, en la actualidad agrupaciones de gran incidencia dentro del medio Latinoamericano. La labor del productor artístico está encaminada a crear herramientas que empaten el ámbito creativo con las demandas del mercado, así, por un lado, potencializa una propuesta musical, y por otro, la proyecta dentro de un espacio de difusión más amplio. Esta estrategia es utilizada frecuentemente por las grandes disqueras.

Las llamadas *indies*, por otra parte, son productoras independientes con espacios de difusión restringidos, que funcionan a nivel local y que en ocasiones son absorbidas por las grandes transnacionales. El ámbito de las *indies* es muy variado y se relaciona al escenario de acción local o regional a partir del cual se puede desplegar su influencia. Según Ana María Ochoa, en el caso de las músicas locales o regionales especialmente, hay tres formas primordiales de producción-circulación en el campo musical desde el espacio de las *indies*: la primera, funciona dentro del comercio formal de la industria de la música, la segunda, a través de políticas culturales de organismos del Estado (desde la plataforma de la

investigación de música locales y la promoción), y finalmente, a través de circuitos de circulación alternativos que no pasan por la industria, o que podrían hacerlo de manera tangencial (Ochoa 2003:60).

El tipo de matriz institucional formal de la industria de la música puede ser compartida o no dentro de la dinámica de las *indies*. Recordemos que el espacio de las *indies* es abierto y diverso, situación que permite una lectura más compleja de sus sistemas de producción-circulación, así como también de la redefinición de su presencia en el espacio público. El tipo de venta o distribución por catálogo, sus formas promocionales a través de institutos de investigación patrocinados por el Estado o fundaciones privadas, las distintas maneras en que muchas de estas empresas se conceptualizan como “espacios concretos de política cultural” (Ochoa 2003: 68) son características que se desarrollan dentro de su esquema. De manera general, en Latinoamérica la labor de las *indies* se ha inscrito en la promoción de distintos tipos de música vinculadas a un territorio específico (nacional-regional) abarcando en su mayoría las producciones de las distintas comunidades o grupos.

En el caso del rock en nuestro país, parecería que este panorama entre *indies* y *majors* se desdibuja para mostrarnos un espacio singular en la producción cultural, que se encuentra de alguna manera, atravesado por las dinámicas y flujos anteriormente descritos, en la medida en que su despliegue es local, pero su origen y carácter es transnacional. La efervescencia de bandas en Quito que realizan labores de auto-gestión, auto-promoción, auto-producción dentro del abanico de posibilidades del rock, nos abre un universo desde el cual podemos analizar las formas de producción-circulación y consumo en la capital a partir de la noción de agenciamiento independiente.

1.1.2 El agenciamiento independiente

Los estudios revisados (Yúdice 1999 y Ochoa 2003) han retomado la problemática de la transnacionalización de la industria de la música desde la perspectiva de las grandes empresas, y la labor de ciertas *indies* en espacios restringidos o marginales. Sin embargo, considero necesario señalar que la dimensión cultural de los procesos de globalización siempre estará atravesada por el papel que cumplen los actores sociales dentro de ella, así como las interconexiones que pueden configurarse al interior de los espacios locales y globales (Mato 2000:148), es decir, no podemos desconocer en nombre de las formas industriales y su capacidad de ingerencia a nivel mundial, o la labor de las *indies* en espacios nacionales, la capacidad de agencia de los sujetos y las construcciones y posibilidades que se generan alrededor de cualquier fenómeno creativo.

En nuestra investigación concebimos la noción de agencia a partir de dos ejes articuladores. Primero, es necesario entender a la agencia como la capacidad de actuar (poder hacer) no de manera individual sino compartida, que involucra a la vez vincular la capacidad de acción con una concepción relacional del poder: “la agencia se refiere a una potencia para la acción (...) a la capacidad-posibilidad de producir un efecto de novedad frente a un trasfondo de constricciones normativas” (Ema 2004:16). Queremos entender esta

capacidad-posibilidad desde el ámbito de la transnacionalización de la música y sus implicaciones en el plano local. La relación entre acción y poder, estará mediada por los constreñimientos del propio mercado y las formas en que los sujetos agencian distintos sentidos y valoraciones en las prácticas artísticas, creando nuevas formas de intercambio cultural y movilización en un espacio determinado. En segundo lugar, la agencia se entiende como (inter)mediación, es decir, algo que está /es en el medio de flujos y acciones, que desvía, traduce y conecta prácticas, genera y subvierte conexiones entre entidades y procesos heterogéneos. En este sentido, actuar es conectar, desconectar, reconectar; generar nuevos significados y nuevas posibilidades (Ema 2004:22).

La agencia se despliega en el agenciamiento, que es concebido como un proceso que está teniendo lugar y posibilita la generación de canales de acción y conexiones ubicadas en un complejo entramado de experiencias. El agenciamiento independiente en el esfera del rock se expresa en distintas dimensiones situadas en las prácticas musicales locales. Hemos ubicado ciertas trayectorias y puntos de enlace que configuran sentidos desde de los cuales se está produciendo-circulando y consumiendo música en el escenario quiteño y que conllevan un tipo de agencia. No obstante, es necesario localizarnos en una situación relacional al mercado y al contexto global, en la medida en que, no están ajenos a las dinámicas que se generan en espacios transnacionales de producción musical, a pesar de conservar ciertas particularidades frente a ellos.

Podemos mencionar dos ejes principales a partir de los cuales se ha configurado un agenciamiento independiente y que serán analizados en el siguiente capítulo. En primer lugar, señalaremos al *performance escénico* como una forma de revitalización del espacio

público y lugar de posicionamiento y reconocimiento. La construcción valorativa alrededor de la interpretación y la estética corporal particular del rock, forman parte de este ámbito de (inter)mediación, en el cual, se ponen en acción ciertos significados que quieren ponderarse de este tipo de música y se configura un escenario para la promoción a través del “privilegio de la presencia” (Connor 1989:11). En segundo lugar, destacamos la resignificación de las formas de producción e intercambio mediadas por uso de las nuevas tecnologías y la ausencia / presencia de la industria de la música. En este punto cobra importancia el tipo de agencia que se configura en relación a un panorama local e internacional esquivo y complejo, para la movilización de sus producciones, y que constantemente está atravesado por las dinámicas del comercio ilegal y la preocupación por la internacionalización.

Autores como Renato Ortiz¹³ se han referido al carácter de la *glocalización* –lugar en donde se conjuga lo global y lo local- dentro del capitalismo transnacional, es decir, a las diferencias y particularidades que son aprovechadas para construir nuevas estrategias de mercado. La importancia del mercado radica, según este autor, en que éste es una instancia de socialización formadora de valores y comportamientos, de manera que la industria cultural forma parte de este sistema entrando en competencia con otras instancias como la familia, la religión, la vida en las regiones rurales, etc. Desde esta perspectiva, entender el agenciamiento independiente es de suma importancia puesto que nos remite a distintas configuraciones sociales, en donde los actores, en nuestro caso músicos, productores, comunicadores, articulan nuevos espacios de interacción social que dialogan con las nuevas dinámicas del mercado desde distintos universos simbólicos.

¹³ Revisar el artículo: Renato Ortiz, “Magia y mercado”, en www.revistanumero.com/35magia.htm

1.3 Un breve vistazo a las industrias culturales en el contexto latinoamericano y global

Los procesos de expansión de las industrias culturales dentro del contexto latinoamericano son la oportunidad para un complejo campo de análisis en crecimiento. Consideramos importante echar un vistazo general a la situación de las industrias en el plano de los acuerdos de integración y el papel que juega el Estado-nación en ellos. No con esto pretendemos responder a tan vasta problemática, sino más bien, queremos realizar en este acápite de nuestro estudio, una breve panorámica que nos pueda dar cuenta de la complejidad de pensar en un fenómeno desde un horizonte regional y las implicaciones que tienen estas discusiones con relación a las “industrias culturales” y de la música, en este caso.

Cuando se habla de que las industrias culturales pueden generar espacios recíprocos de interacción e integración en las naciones latinoamericanas, es necesario entender que esta “internacionalización” de la producción cultural necesita de una promoción de políticas que rebasen las fronteras nacionales, que topen temas como los de la propiedad intelectual, acuerdos arancelarios, derechos de los consumidores, inversiones extranjeras, (García Canclini 1999:10), para intentar canalizar nuevas formas de conocimiento y acercamiento a la diferencia y especificidades locales. No obstante, considero necesario ubicar también

dentro del contexto latinoamericano, los distintos grados de desbalance que existen en la producción de un país a otro y qué posibilidades hay de retroalimentación en un contexto más amplio.

Dentro de los nuevos enfoques sobre las políticas culturales en lo referente a las *industrias culturales* se sugiere el crecimiento de la capacidad del Estado en la generación de concepciones y elementos nuevos, “que modifiquen los mecanismos utilizados cuando las identidades simplemente coincidían con los territorios de cada nación” (Moneta 1999:27), en este sentido, un conocimiento sobre el tipo de consumidores, producciones creativas, propuestas artísticas, índices de ingresos, oportunidades de producción, el crecimiento de las audiencias o públicos específicos y espacios de interacción, deberían ser abordados dentro de las nuevas políticas que se elaboren desde este enfoque. Considero necesario reconocer las problemáticas y las dinámicas de las formas de producción local, desde las particularidades de cada sector y las implicaciones que pueden tener en contextos más ampliados: su penetración en los espacios cotidianos, los constantes conflictos por la internacionalización de los productos, y su impacto dentro de los distintos ámbitos en la zona.

Cabe resaltar también, que en el contexto actual en el que los *tratados de libre comercio* desempeñan gran parte de la política internacional de los países, las industrias culturales han sido tratadas desde su aspecto económico, enfatizando poco o nada sobre las negociaciones que tengan que ver con el aspecto cultural. La integración ha sido vista como un intercambio meramente comercial reduciendo las posibilidades de comprensión del horizonte cultural; cuando deberíamos pensar también en estas redes productivas de

sentidos y las implicaciones de la circulación de bienes simbólicos en nuestra cotidianidad, reflexionando sobre las formas en que ciertos grupos como por ejemplo, los jóvenes rockeros, tecnocumbieros, nuevo cine, canales de televisión, internet, etc, están re-significando sus prácticas productivas y qué involucra esto dentro de un ámbito más global frente a las posibilidades de acceso a la producción.

Es importante entrar en la discusión acerca de la “excepción cultural” o “reserva cultural” frente a los tratados de libre de comercio. La reserva cultural –término que se utiliza en nuestro país- argumenta que los bienes y servicios culturales no deben tratarse como cualquier otro bien o servicio, puesto que tienen una condición especial en la medida que son portadores no solo de valores económicos sino simbólicos. La necesidad de esta reserva supone analizar las particularidades de cada contexto en relación a su producción cultural para ofrecerle otro tipo de tratamiento en las negociaciones. Las diferencias que se generan en las producciones independientes en Latinoamérica en general frente al mercado millonario de las grandes transnacionales es un tema urgente a debatirse dentro de las negociaciones de estos tratados.

CAPÍTULO SEGUNDO

ESPACIOS DEL “ROCK LATITUD CERO”¹⁴

2.1 La vuelta del músico: el espacio de los músicos rockeros en el escenario capitalino

Podemos situar la temprana introducción del género rock en español en América Latina hacia la década de los sesenta. La importación de los sonidos al estilo de Enrique Guzmán, César Costa, los Teen Tops, entre otros, fueron productos de una prominente industria discográfica mexicana que promovía una “mercancía” que se vendería y conseguiría copar la demanda generada por la entrada del *rock & roll* norteamericano entre los sectores juveniles altos y medios de la sociedad en México desde mediados de los cincuenta (Feixa 2002: 41). Esta influencia estuvo presente en la mayor parte de Latinoamérica.

Este singular contexto produjo ciertas copias de conocidos temas en inglés, y promovió una imagen de “muchachos ‘movidos y energéticos’, pero ‘limpios y bien vestidos’ (...) [que] no se atrevieron a romper con los patrones musicales que las industrias massmediáticas les imponían” posicionándose en las clases altas y medias de la sociedad (Feixa 2002:40).

¹⁴ “Rock latitud cero” fue el nombre de una compilación de música realizada en 1994 que agrupaba a varias bandas de la escena capitalina. Nos resultó muy elocuente esta designación para nombrar las producciones que se realizaban en Quito por eso la retomamos.

También, al otro lado del continente, en Argentina, se empezaba a promocionar a Sandro, como una revelación dentro de esta música. Sus especiales movimientos de cadera al estilo Elvis, y los sonidos rocanroleros de sus piezas, movilizaron a grandes audiencias a lo largo y ancho del continente. Ambos contextos sembraron “innovadoras modas” musicales con gran acogida, al parecer, en toda América Latina. En nuestro país, quizá los representantes por excelencia de estas modas, sean los conocidos Corvets, aunque también podríamos nombrar a Los Delfines, Los Híppies y el Clan 5.

El *boom petrolero* de la década de los setenta que marcó un nuevo rumbo en la economía ecuatoriana, permitió sin duda el crecimiento y aumento de la capacidad adquisitiva de una gran parte del estrato medio de la población así como un crecimiento inusual de las urbes. Esta circunstancia pudo ayudar a la diversificación de los flujos musicales puesto que mucha de la música del género rock era adquirida a través de gente que “viajaba” y compraba discos en el exterior, o enviaba el material a consumidores dentro del país. El espacio de intercambio era restringido, apenas solo asequible en circuitos ligados a redes familiares o de amistades, es decir, la circulación local se caracterizaba por el préstamo o copia de los acetatos por parte de quienes tenían acceso a ellos.

En este punto es importante destacar en Quito la labor de la Radio Musical (dial AM 590 Khz) durante la década del setenta, ya que fue la única emisora interesada en difundir la música rock en sus frecuencias: “en cuanto a música estaba casi al día con lo que se estaba produciendo en Estados Unidos e Inglaterra, tenía también a su haber una excelente planta de locutores y programadores que seleccionaban la música con criterio y conocimiento” (Ricaurte 1996:11). Grupos como Led Zeppelin, Black Sabbath, Jethro Tull, entre otros,

comenzaban a sonar en la radio y a generar nuevas preferencias musicales. Este medio de comunicación organizaba algunos festivales en colegios de la capital, uno de los más recordados fue el auspiciado por una gran transnacional de gaseosas. En aquella ocasión - en 1979- el grupo del colegio Americano ganó el primer lugar y logró grabar un disco LP con cuatro canciones, la banda se llamaba *The Band*, y se caracterizó por un repertorio de canciones propias en inglés con una fuerte influencia del rock sinfónico y progresivo.

Una particular característica en esta época vinculada al género rock fue la que tuvo lugar en el sur de la capital y que apareció con un singular éxito, algo así como una mixtura –híbrido musical- entre el llamado *rock and roll* y la balada romántica. Grupos como Karavana, Israel y Family Fun, causaron furor en amplias zonas urbanas, y tal fue su acogida que en un momento a esta música la denominaron *roscanrol*¹⁵: “sus presentaciones se efectuaban generalmente en las casas barriales, con llenos desbordantes y las explosivas manifestaciones que provocaban en los asistentes eran de incomparable energía en el baile” (Guerrero 1997:5). Este fenómeno ha sido muy poco estudiado por los investigadores sociales, pero al parecer constituyó un referente especial durante varios años dentro del sur de la capital, con una estética y creatividad particular. Sería interesante seguir las trayectorias que podrían existir en la actualidad respecto a él¹⁶.

¹⁵ *Rosca*: término despectivo con el que se denomina al mestizo reconocido con ciertos caracteres indígenas.

¹⁶ En mis conversaciones con el investigador musical Pablo Guerrero me señalaba la particular estética que se conjugaba en este fenómeno musical, el uso de colores, las vestimentas, etc; sería interesante indagar que tipo de conexiones o trayectorias podríamos establecer en la actualidad con respecto a la música rocolera o tecnocumbia, o a la conocida “música del recuerdo” Revisar también: Ketty Wong, “La translocalidad de la música popular ecuatoriana: construyendo una identidad nacional alternativa?”, en <http://www.hist.puc.cl/historia>

Otra vertiente de la escena de aquella década fue la comandada por nuevas bandas como Sueños de Brahmas, La Tribu, Hombrecitos Idos, Océano, Banda Azul, entre otras. La mayoría de estas agrupaciones estaban principalmente interesadas en alcanzar buenos niveles de interpretación de los ya consagrados temas en inglés de bandas internacionales. Quizá durante esta década, Banda Azul es el único grupo que tenía una propuesta hacia el lado más contestatario en las líricas dentro del género; comandado por el músico Jaime Guevara, el conjunto cantaba temas en contra de la represión, la conscripción, la defensa de los derechos humanos, entre otros. Es interesante revisar una entrevista que se le realiza a Jaime Guevara respecto a aquellos años:

“en los 70 a mi me gustaba la onda izquierdista pero me chocaban algunas cosas: el autoritarismo, el verticalismo... Había los prejuicios giles de los marxistas respecto al rock (...) Tuve experiencias duras con los marxistas, nos cayeron a garrotazos en más de una ocasión (...) Nos consideraban enemigos, pero yo en cambio sentía cierta empatía con alguno de sus planteamientos. Por ejemplo la lucha contra la dictadura militar, de hecho mis primeras canciones nacieron influidas por eso. De a poco cuando la onda hippie se fue perdiendo por la mierda disco” (Guevara entrevistado por Uzcátegui: <http://samizdata.host.sk/LIB26contrabando.html>)

Parece ser que el panorama cultural más contestatario –oficialmente- al modelo político durante la década del setenta estaba vinculado a una izquierda comprometida y radical, contrapuesta a la influencia de “modas imperialistas” que ingresaban en el país. Frente al rock, el folklore musical representaba obviamente la posibilidad de reivindicar a los pueblos a partir de las *tradiciones auténticas*¹⁷, al simbolizar, no solo la lucha en contra de la “invasión de lo extranjero”, lo alienante, de allí no sólo la fuerte presencia de grupos de carácter folklórico en Latinoamérica como Inti Illimani, Jatari, Pueblo Nuevo, entre otros,

¹⁷ La recopilación y promoción de sonidos de la música local y / o regional como el sanjuanito, albazo, el vals peruano, entre otros, o sonoridades respaldadas en la ejecución de instrumentos como la zampoña o quena fueron determinantes a la hora de delimitar los rasgos de *lo local* en la música.

sino también la conexión entre el discurso y práctica de lo musical al servicio de un proyecto político específico.

Las críticas hacia el rock, según la investigación de René Unda¹⁸, giraban en torno no solamente al carácter de “alienado” del género, sino también a la particular estética hippie, símbolo en muchas ocasiones de poca hombría y varias acusaciones de “afeminados” por el uso del vestuario y el cabello largo. No obstante, el perfil contestatario inicial del rock en la década del setenta tenía que ver más con *la estética corporal*¹⁹ orientada al hippismo, que con la *descarga* social lírica de los temas. En una realidad completamente ajena a la guerra de Vietnam o las luchas por la paz, este pequeño reducto hippie, fanático del rock, iba desplegándose casi clandestinamente en diversas zonas de la urbe y fue reprimido por la que muchos consideraban una sociedad “mojigata”.

Dentro de esta trama de experiencias alrededor de la música, el espacio del cuerpo podía convertirse en el “ámbito de comunicación y mediación musical” (Ochoa 2003:12) a partir del cual se construía un sentido de libertad –que pervive hasta la actualidad- acompañado por los primeros acordes, prestados de músicos de otras latitudes. La importancia del carácter constructivo de la estética corporal en este género musical en un primer momento

¹⁸ René Unda Lara, *Identidad y movimientos sociales: Proceso de Constitución de movimiento rockero en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 1996

¹⁹ Es interesante ver las maneras en las que se interviene con el cuerpo a partir de la posibilidad del uso de accesorios o vestimentas “no usuales”. Ha existido una fuerte conexión identificatoria a través de este recurso: en escenas como la metalera, se ha ponderado esta utilización y establecido ciertas relaciones identitarias con el género, “los metaleros se han apropiado del color negro como *su uniforme*, y de símbolos mortuorios y macabros, por lo que son tachados de satánicos. Esta constituye una manifestación intencional, pues la utilización de símbolos está pensada como una protesta contra los modelos de triunfo, de lo “normal” y lo aceptado” (Gallegos 2004:25. Las cursivas son mías). Si bien es cierto que estas *conexiones* han sido parte de las reflexiones alrededor del “movimiento rockero”, la importancia que cobran en este trabajo tiene que ver con sus enlaces dentro de formas transnacionales en la cultura y sus posicionamientos a nivel local a través de estéticas compartidas.

posiciona un referente desde donde se construye lo “rockero” a través de la imagen que proyectan los músicos, más allá de la presencia contestataria de las líricas en las canciones de los grupos nacionales -producción demasiado incipiente hasta entrada la década del noventa-. Interpretaciones de las bandas clásicas del rock británico o estadounidense (nos referimos a Black Sabbath o Led Zeppelin, entre otros) eran los repertorios utilizados por estos músicos. El performance escénico se impondría como posibilidad de expresión, más que la elaboración de discursos contestatarios a través de las letras de las canciones.

Cabe destacar también, que el potencial interpretativo, heredado de la década de los setenta, pervivió hasta entrada la década del noventa. Esta especial característica medía la potencialidad y la versatilidad del músico por los niveles de ejecución como el propio guitarrista original de la pieza y se constituyó en una especie de eje transversal al fenómeno. Sergio Sacoto líder de la banda Cruks en Karnak, nos contó acerca de los grandes festivales en la década del noventa como *Memories*, *Celebration*, *Jamboree*, según él, existía aún esta marcada tendencia por promover la interpretación:

“Celebration si tocamos en dos o tres, y entonces tenías que ir, pero tenías que tocar *covers*²⁰ ... parte de la condición de tocar es que tengas tus *covers*, y, tenías que presentar la lista de *covers* para ver si no se cruzaban con los *covers* de otros grupos... te pagaban, eso era bueno ... me acuerdo que era buena plata para esa época y aparte de eso eran shows grandes, masivos, la gente gozaba muchísimo entonces agarrabas y tocabas el *cover* y paf! y mandabas tu tema... que era lo chévere para meter ahí entre *cover* y *cover* mandabas tus temas, entonces era un medio de exposición y de promoción” (Sergio Sacoto).

El rango de valoración de la interpretación por sobre las posibilidades creativas de los músicos, persistió tanto en los grandes festivales y espectáculos de corto alcance como los

²⁰ Interpretaciones de canciones de otros artistas.

realizados en colegios o teatros que contaban con una infraestructura más modesta²¹. Posicionar sus temas dentro de la ejecución de repertorios de rock de aceptación tradicional del público, mediada por los medios de comunicación, facilitó la entrada de sus producciones en el circuito local –forma promocional de la mayoría de bandas- ante el poco apoyo, salvo por contados programas, de la radio o la televisión, y las propias dificultades a la hora de producir y promocionar su producto dentro del mercado.

En el ala de sonoridad más fuerte dentro del género del rock o metal, existía asimismo la preocupación acerca de la existencia de esta obsesiva tendencia a la interpretación y necesidad de mostrar virtuosismo. Helmut Jeremías, crítico, promotor y reconocido personaje dentro del mundo rockero, reclamaba la necesidad de “tomar en serio” el asunto de *hacer rock*:

“BASSTA DE IMITACIONES!! Ya estamos en los *noventa* y todavía ningún grupo de rock nacional ha grabado un L.P. o un cassette con música propia. Ojo me refiero al rock pesado...los mismísimos grupos y los ‘grandes’ fanáticos. ¿Porqué?... Hay grupos que llevan años tocando temas de Zeppelin, Sabbath, Maiden, Metallica, etc., y luego se retiran diciendo ‘Aquí no hay apoyo’. Me pregunto yo, qué apoyo quieren si no son nada más que un ‘grupillo imitador’... Hasta cuándo las imitaciones carajo! (...) Ya es hora (hace rato) que los grupos decidan por crear sus propios temas, definir su estilo, su ideología, su imagen (que mucha falta hace), etc. (...) EL ROCK ES ALGO SERIO, NO ES UNA PAYASADA” (Helmut Jeremías citado en: Vallejo 2003:85)²²

²¹ Quizá esto subsiste hasta la actualidad en lugares con menores oportunidades para los músicos como es el caso de Guayaquil. En esta ciudad en general, existe una mayor participación de bandas que tocan *covers* en festivales como la Fiesta de la Música, organizados por la Alianza Francesa, o una extendida promoción dentro del circuito de bares de la ciudad. En la mayoría de ocasiones las bandas interpretan solamente los temas de moda en las radios, aunque en ocasiones podrían presentar sus creaciones. En varias conversaciones con los músicos de esa ciudad me manifestaron que la llamada “regeneración urbana” ha reducido sus posibilidades de buscar espacios para su música ya sea punk, ska, hip-hop, rock, etc, tal vez por el carácter “subversivo” o herramienta “contestataria” apta para producir “desmanes” y contrario a los planes regeneradores de la urbe porteña.

²² Las cursivas son mías.

La crítica a la imitación y la necesidad de crear un rock nacional eran dos de las preocupaciones imperantes en la escena musical. Esta actitud abría la posibilidad de generar una producción local, que si bien estaba conectada y bebía de los influjos transnacionales de la música rock, no quería limitarse en las capacidades y sugería una apropiación del género y de sus capacidades artísticas.

El performance escénico vinculado a una valoración de la interpretación y a la estética corporal, se convierten en los ejes a partir de los cuales se construyen los circuitos de promoción de las creaciones tempranas de varias agrupaciones de la capital. Estos continuarán, como veremos más adelante, articulando las formas de agenciamiento independiente en la ciudad de Quito, más allá de las tradicionales maneras de promoción de la industria discográfica: producción de discos, promoción en los medios, sostenimiento de un *star-system* local, circulación de LP, discos compactos (cd) o casetes dentro de discotiendas, que han sido estrategias limitadas en el medio.

2.2 Rock y medios

El regreso a la democracia a finales de la década del setenta y principios de los ochenta supuso una nueva reorganización del escenario político y las relaciones entre los diversos actores sociales en el medio. El proceso de desarrollo de una cultura burguesa asentada en sectores urbanos toma como principio de organización base: la mercancía y consumo de objetos / culturales, “será a través de estos, y de su principal determinación, la moda y la publicidad, que nuevos gustos (desde artísticos hasta los gastronómicos), conductas y

estilos, se extiendan y arraigan entre los sectores dominantes y clases medias de la población” (Sánchez Parga 1991:20). Es precisamente en esta década cuando comienza un interesante crecimiento de los medios de comunicación, como la radio y televisión, que iban de la mano del incremento de procesos de transnacionalización en la cultura.

Cuando la labor de Radio Musical poco a poco se iba desvaneciendo, en la década de los ochenta surgen dos emisoras que configuraban un nuevo escenario desde el *FM* en la capital, estas son Radio Pichincha -hoy conocida como Hot 106- y la Radio JC radio La Bruja. Estos dos medios se constituyeron en íconos juveniles en el fomento de artistas. La música ligada a los grandes centros de producción musical era la promocionada en ambas emisoras, es decir, aquella que ocupaba las listas de éxitos internacionales (Ricaurte 1996:13), aunque posteriormente, a inicios de los noventa se intentaría promover la escena nacional²³.

El *boom* del rock en español que caracterizaría a la segunda mitad de la década del ochenta, quizá sirvió de escenario para el despegue local de una creación musical con rúbrica nacional y expresada en el idioma nativo. Muchas de las promociones realizadas por ciertos comunicadores y organizadores de conciertos tenían que ver con el “apoyo al talento nacional”²⁴ como plataforma programática: de ellos podemos mencionar a los programas televisivos *Video Show* y *Sintonizando*, y emisiones promovidas por la radio

²³ Uno de los intentos de generar una infraestructura desde la promoción apareció cuando Radio la Bruja inició en el año de 1990 la entrega de la estatuilla JC y el Atahualpa de Oro, el “El objetivo de este certamen es incentivar y desarrollar el arte musical de nuestro país. JC Radio –La Bruja- se ha propuesto mejorar los espectáculos sobre la base de la calidad de los artistas, buscar figuras nacionales que incursionen en el mundo del acetato y del CD. Prueba de ello es el lanzamiento del CD de rock ecuatoriano Latitud O, en el cual cinco de los siete participantes han obtenido el galardón.” *El Comercio*, 26 de septiembre de 1994.

²⁴ Esto tiene que ver con la generación de ciertos sentidos de pertenencia con esta música desde las apropiaciones locales realizadas.

Pichincha o Teleonda, que revisaremos más adelante. Se difundían sonidos de grupos de rock en español, de la escena musical argentina, tales como Soda Stereo, Virus, Rata Blanca, Ángeles del Infierno, o, productos musicales importados de España como Los Toreros Muertos, Radio Futura, La Guardia, Los Ilegales, entre otros.

Una de los primeros apoyos al rock que se hacía en Quito en la década de los ochenta, se dio en el programa “Romper Falsos Mitos” en la Radio Pichincha (ahora Hot 106) del locutor y músico, Carlos Sánchez Montoya:

“ese programa permitió con el tiempo que el rock sea visto como lo que es, como cultura. Como empecé en un medio de comunicación, digamos de clase alta o clase media alta, que [tenía] la respetabilidad y no empezó digamos subterráneo... tuvimos la posibilidad de que sea defendido a altos estratos... eso permitió que el rock tenga y cobre una fuerza sumamente fuerte en Pichincha y en Tungurahua que era... los lugares que [la radio] llegaba... entramos a la radio con la idea de defender la música que se hacía en el Ecuador, eso fue siempre y ha sido... mi propuesta, mi política que ahora ya se afianzado y hay gente... que también comprendió que es importante difundir lo ecuatoriano” (Carlos Sánchez Montoya)

Sin embargo, una de las características de las producciones de aquel entonces era la precariedad de fabricación y el sonido, generalmente realizadas en cassettes y con una mala calidad sonora. La imposibilidad de que los músicos grabaran su material en otro formato que no fuera un casete-demo por lo elevado de los costos que representaba el soporte LP, marcaba una distancia importante con las posibilidades que se les presentaba en el medio. Esta situación era una de las limitantes a la hora de promocionar los productos ecuatorianos, con relación a lo que venía del extranjero, incluso hasta los productos elaborados dentro de la industria latinoamericana.

“era prohibido en esa época poner algo que no sea acetatos, y yo llevaba dec²⁵... pasaba música de los casetes que los grupos solo podían grabar en cintas... asunto que te provocaba multas, problemas con los dueños, pero eso nunca me importó... me dio mas satisfacción apoyar a los músicos ecuatorianos” (Carlos Sánchez Montoya).

Este problema se presentaba para la mayoría de locutores de radio hasta entrada la década el noventa, como el caso de Mayra Benalcazar del *Prohibido Prohibir*, Hugo Beltrán de la *Zona del Metal*, entre otros. Esta capacidad de agenciar en torno a las propuestas de los músicos ecuatorianos revierte la propia lógica de difusión tradicional de los medios de comunicación: el sonido carrasposo, mal grabado, no tan audible de las bandas, era suficiente para hacer sentir su presencia creativa en un medio que se les presentaba esquivo. La calidad del producto no estaba dada por la nitidez y lo integral del sonido de la banda, sino más bien su sentido de pertenencia y propuesta dentro de las realidades locales.

“las primeras bandas que sonaron en el programa... Prohibido Prohibir ...fueron Sal y Mileto ... a mi me llamó mucho la atención la trasgresión de la lírica ... y me pareció importantísimo buscar un espacio en la Teleonda. Por otro lado, me llegó la gente de Mamá Vudú con un demo que en ese entonces habían grabado en el Municipio [en el 90] y también tenían una propuesta, digamos super oscura... llegó también a mis manos el material de los Cacería de Lagartos, entonces... busqué la forma de ponerlos en la radio y el mejor invento para esto fue el aniversario uno del programa... yo pedí permiso a Marilú Parra y dije vea, van a venir a celebrar nomás, y total la celebración concluyó poniendo un poquito de cada banda y luego se fue extendiendo un poquito y de tres bandas se fueron a cuatro, y bueno así empezamos a poner algunas bandas nacionales y realmente era la única radio en ese momento que estaba haciendo eso” (Mayra Benalcazar).

Desde la segunda mitad de la década del ochenta tanto programas de radio como de televisión, habían mostrado su interés en promover al talento nacional aunque de manera esporádica y discontinua, configurando ciertos espacios de acción; se realizaron eventos

²⁵ Reproductor de cintas de audio.

como lanzamientos de discos o recopilaciones: Rock Latitud Cero, La Zona del Metal, de “Video Show Acústico” (formato que retomaba un patrón que se trabajaba en la cadena MTV), entre otros. En la primera mitad de la década del noventa ya se habían establecido, aunque precariamente, sitios donde circulaban ciertas producciones nacionales, como las realizadas por grupos *Right*, *Contravía*, *Clip*, *Karma*, *Crucks en Karnak*, entre otros.

En este contexto es importante destacar que a inicios de la década del noventa, la cadena internacional de música MTV ingresó al Ecuador. MTV latino tiene su sede en la ciudad de Miami, lugar que se ha convertido hoy por hoy, en el centro por excelencia de la producción de las industrias culturales para el ámbito latinoamericano. Algunos autores señalan la importancia de Miami (Yúdice 1999; Mato 2002) como centro de producción, tanto en lo musical y visual, e inclusive como eje en la integración latinoamericana. El referente simbólico que produce Miami en el campo musical generalmente ha priorizado ciertos procesos en detrimento de otros, puesto que ha conjugado las lógicas de las propias *majors*, es decir, muchos de los artistas que se transmiten por la cadena, tienen el amparo de transnacionales como WARNER, UNIVERSAL, EMI o SONY-BMG²⁶.

La presencia de MTV²⁷ en nuestro país fue transitoria, -uno o dos años máximo, restringiéndose luego solamente a su transmisión en cable- y aunque significó un fuerte

²⁶ Por citar algunos casos: Jaguares de México ha trabajado con BMG, Café Tacuba con Warner Music, Molotov con Universal Music, Los Prisioneros con EMI, Gustavo Cerati con BMG, etc.

²⁷ MTV latino ingresó por primera vez en nuestro país con la organización del *Ier concurso MTV Latino Capítulo Ecuador* en el año de 1989. En aquella ocasión el grupo ganador de esa convocatoria fue Tranzas con su tema “Plástica”, aunque también se presentaron bandas de diversos estilos. Por el metal participaron Demolición quienes clasificaron a las semifinales y recibieron la placa al mérito, y Blaze que recibió mención De Honor Especial. Revisar: <http://www.ecuarock.net>. Además es interesante señalar que el formato de MTV se caracterizaba por presentar un abanico de propuestas musicales desde los géneros más ligados al pop

impulso al influjo de ciertas propuestas musicales latinoamericanas y mundiales en el ámbito local, no se constituyó en un fenómeno de retroalimentación mutua. Hugo Ferro de la banda Cacería de Lagartos manifestó que este ingreso interfirió de alguna manera con el escenario que se estaba empezando a configurar en ese entonces:

“Ecuavisa con sus ideas de innovación... pateó el tablero y mandó todo a la mierda por que empezó a transmitir... MTV latino por señal abierta gratuitamente. Eso hizo de que todos los grupos ecuatorianos que quisieran ser escuchados por ecuatorianos tenían que sonar en Miami, porque todo mundo ya no volvía a ver los programas de televisión... claro, se fueron al traste, y eran programas muy buenos *Video Show* y *Sintonizando...* y *Bim bang Boom* en el canal 23... eran programas que tenían raiting... muy bien hechos, pero llegaron y pusieron la señal abierta de MTV entonces toda la gente veía MTV ya no veían los canales [con] videos nacionales” (Hugo Ferro).

Después del ingreso de MTV, el medio ecuatoriano se encuentra en un complejo dilema: por un lado, falta de apoyo sostenido por parte de los medios de comunicación y una escena poco consolidada para sus producciones, y por otro, ahora los músicos tienen que empezar a poner sus ojos, o no, en la posibilidad de internacionalización desde Miami con las implicaciones que esto conllevaría. Si en los primeros años de la década del noventa encontrábamos en la capital una primigenia efervescencia de nuevas bandas y músicos que estaban alcanzando, aunque de manera incipiente todavía, configurar una escena que les proveyera de herramientas para difundir su música, muchas de las trasnacionales discográficas que podían impulsar a estos productos locales en este tipo de canales internacionales, solamente insertaron sus filiales exclusivamente *para la distribución* de sus artistas superprioritarios y no de promoción local –como se intenta ahora-, sin control alguno, a favor del libre mercado, con las consiguientes desventajas que esto presenta para

o balada romántica en uno de sus segmentos, pasando por un tipo de rock experimental o fusionado, hasta el extremo más duro del metal en el programa *Headbanger*.

los artistas nacionales. Además, la presencia en MTV suponía la elaboración de videos que pudieran transmitirse; en la mayoría de casos, las bandas locales no podían costearse este producto, o si lo hacían sus video clips no se ajustaban a los requerimientos técnicos o a la calidad audiovisual de los que se emitían en la cadena internacional y no tenían el soporte de promoción de una *major*.

Sin embargo, frente a esta inicial desconexión con el ámbito global, en Quito –y en otras ciudades- las propuestas de promoción en radio y televisión se han mantenido e incluso desarrollado gradualmente. Es así que, programas como el Prohibido Prohibir, La Zona del Metal o Emisión de Rock continúan vigentes, y paulatinamente se crean otros que generan interés por mantener vivo el escenario nacional del rock. Andrés Terán de *Emisión de Rock*, comentaba que él mismo realizaba el video de las bandas locales para que pudieran promocionarse en su programa, con tal que les dieran su exclusividad. Existen proyectos independientes como los de las revistas especializadas de música como *Dogma*, que en su Cd compilatorio, además de brindar una colección de temas, ofrece videos realizados por los grupos que pueden ser vistos por quienes compren el material, prescindiendo del medio televisivo.

Una de las oportunidades en la actualidad con mayor proyección para la difusión de los músicos a nivel latinoamericano y mundial, es sin duda el internet. Este medio se ha convertido en uno de los mayores dolores de cabeza para la industria discográfica, puesto que ha representado pérdidas millonarias y la devaluación de las regalías del cd como

producto final, mercancía. La distribución de música gratuita a través del formato mp3²⁸ se ha convertido en una pieza importante en el actual escenario de producción y circulación de música en el mundo.

Para el caso ecuatoriano, el acceso al internet ha posibilitado, no solo la visibilización de la producción musical del país, sino que también, ha servido como medio de difusión y circulación de música a nivel nacional e internacional. Sitios web, creados en diversos puntos del país, como El Rondador, Ecuarock, Ecuapunk, Tocadas, Trucho Records, promueven a los artistas nacionales y las agendas de sus conciertos a nivel local, además de ofrecer su música en formato mp3. Cabe destacar también, que el internet ha abierto la posibilidad de generar innovadores circuitos alternos de presentaciones en vivo, como son los casos de bandas como Muscaria o Sudakaya, que han utilizado este recurso para conectarse con movimientos musicales en otras latitudes del continente, lo que les ha permitido viajar hacia estos destinos a presentar su material y abrir puentes para los grupos locales.

Además es importante destacar que las nuevas tecnologías, en el caso del internet y el formato digital mp3, “no son simples vehículos de transmisión, asépticos y desideologizados que sirven para almacenar, transmitir y hacer circular discursos que no dependen de ellos (...) tiene la función de ‘producir’ el sentido, de ‘establecer’ las reglas de intercambio comunicativo y de ‘crear’ tipologías de sujetos espectoriales, es decir de

²⁸ Aunque se intentó parar el fenómeno de descargas gratuitas de música con el escándalo de Napster, no se ha logrado aún parar esta práctica a nivel mundial, lo que ha representado pérdidas millonarias para las grandes industrias. Según Jacques Attali, investigador sobre la industria de la música, hay casi un millón de millones de mp3 circulando en internet, y la cifra aumenta cerca de 100 millones cada mes. Ver: <http://www.eumed.net/coursecon/textos/2005/attali-ruidos.htm>

sujetos sociales determinados” (Abad 2003:4). Dentro del contexto en que se desarrollan las actividades musicales, el soporte digital ha sido pieza clave en la redefinición del espacio de intercambio de bienes culturales, en la medida en que, la música, como lo manifiesta Jacques Attali, “es información pura”.

Esta particularidad sugiere un nuevo tratamiento del campo de circulación de la música en tanto no se liga a la idea de economía de la escasez, “en la teoría de la información, el valor de algo aumenta con el número de gente que lo comparte. Por eso es que debemos ser muy cautelosos, cuando hablamos de música, de no tener en mente las leyes económicas (...) Si yo tengo una botella de leche y te la doy, ya no la tengo. Pero si te doy una pieza de información, aún la tengo, la conservo. Lo cual significa que si tengo algo y te lo doy, estoy creando algo nuevo: abundancia”. (Attali en: <http://www.eumed.net/cursecon/textos/2005/attali-ruidos.htm>). Este es uno de los nuevos dilemas que enfrenta la industria discográfica a nivel mundial: cómo manejar en el mercado un bien que se ha convertido en información pura sobrepasando el producto final como mercancía, esta es una de las interrogantes que configuran un nuevo escenario para las prácticas de producción-circulación y consumo de la música.

2.3 Rockeros fieles, rockeros infieles

El escenario del rock en la actualidad es un inmenso abanico de posibilidades abiertas dentro de esta música. La reinención de nuevas formas clasificatorias para las diferentes sonoridades está en crecimiento, según Pedro Cornejo Guinassi investigador y crítico

musical, parecería que nos encontramos en una suerte de “mestizaje en permanente mutación” (Cornejo 1994:59); por ejemplo, en una publicación del Diario El Comercio titulada “El rock en la mitad del mundo. La hermandad tiene pocos fieles”²⁹ se realiza una clasificación de varias bandas de la capital y del país dentro de: *power, hardcore, heavy, death metal, grindcore, rock urbano, doom metal, progresivo, punk ska, pop rock, pop rock, fusión rock, thrash, alternativo, rock and roll*, por mencionar algunos.

Esta atmósfera de múltiples diferencias se inserta dentro de la propia lógica del mercado, en la cual “la cultura capitalista contemporánea promueve o multiplica diferencias en un interés por mantener su estructura de beneficios (...) Al descentrar o minar las estructuras de la industria del rock, cada erupción de diferencias culturales sólo sirve para estabilizar esta cultura mediante la difusión y diversificación de sus límites”. (Connor 1989:137) Si nos ubicamos dentro de esta dinámica tendremos que tomar en cuenta que la ideología burguesa siempre está generando contra-movimientos desde la propia lógica del consumo, en este sentido, el ingreso de innovadoras propuestas estéticas se verá traspasada por nuevas contraposiciones a ella.

En esta perspectiva, la relación entre rock y mercado siempre es problemática, en la medida en que este género se ha asentado en las ideas de autenticidad y rebeldía al orden establecido, y su historia aparece como una “secuencia continua de retos contestatarios” (Ochoa: <http://www.sibertrans.com/trans/trans6/ochoa.htm>). Siguiendo el análisis de Simon Frith, muchas veces, “la estética del rock está enormemente condicionada por su argumentación en torno a la autenticidad. La buena música es expresión auténtica de algo

²⁹ *El Comercio*, 12 de septiembre del 2004

(...) Así, la ‘autenticidad’ se refiere a aquello que garantiza que los intérpretes de rock se resistan o logren subvertir la lógica comercial, del mismo modo que la calidad de un ídolo del rock (...) se mide por la capacidad con que hace prevalecer su individualidad a través del sistema” (Frith 2001:417). En mi investigación, muchos de mis entrevistados consideraron que el rock es contestatario, contrario al orden establecido, libre, honesto, una nueva actitud frente a la vida, rebela poder, energía, vanguardia, innovación, y rebeldía comprometida³⁰. Es necesario entonces entender que la construcción de un sentido para el rock forma parte de un imaginario a partir del cual se promueve, promociona y se vivencia particularmente esta música.

Numerosas de estas ideas alrededor del rock han circulado en la prensa en varias ocasiones, describiendo la envidia de lo que es ser un “rockero”, y es así como describen a los músicos que están inmersos en este tipo de música:

“Lo nuestro es una *rebeldía comprometida* con la sociedad que queremos cambiar a través de la música... y así nos mantenemos, al margen de partidos políticos y esas movidas. *Somos fieles al rock y a nuestra ideología social*, aunque no todos podemos mantenernos...” (El Comercio, 12 de septiembre del 2004)³¹

Por ejemplo, al hablar de un grupo casi “de culto” por ciertos sectores, ahora ya desaparecido debido a la accidentada muerte de su cantante y guitarrista principal, se refiere de esta manera:

“En escena son toda una experiencia. Su nombre, Sal y Mileto, grupo de rock en el más amplio y profundo sentido del término: *rebeldes, sensibles, exageradamente*

³⁰ He recogido de manera general muchos de los criterios compartidos por la gente a quien entrevisté

³¹ Las cursivas son mías.

expresivos para hablar de soledad, miedo y alienación.” (El Hoy, 12 de diciembre de 1997)³²

Este en cambio es parte del editorial principal de la Revista *Headbanger*, una publicación de carácter independiente especializada en el ala más dura (dentro del metal) del rock:

*“que no seguimos tendencias ni modas, y que lo que amamos es la libertad de pensamiento, la libertad de desarrollarnos como seres humanos ni más ni menos. Que sepan que nosotros somos la juventud rebelde de la que hablaba Montalvo. Que a nosotros sí nos preocupan temas trascendentales, y que no nos callamos frente a la injusticia, la desigualdad o la represión que impera en nuestro país.” (Revista *Headbanger*, marzo 2005, año 3, No. 4)³³*

Pero cómo enfrentar entonces las problemáticas ligadas al mercado como el ambiguo manejo del sentido comercial, las modas en la música, la creatividad y la labor de los productores artísticos³⁴, el papel de los auspiciantes y los medios, entre otras: allí es donde nos encontramos en el interior de un complejo universo del género, “entre su ideología rebelde, su intensidad de sentimiento y su presencia masiva y millonaria en el mercado, el rock tiene una paradoja permanente, fuente de no pocas angustias para creadores y consumidores y de mucho dinero para la industria musical: aquí la rebeldía rápidamente se convierte en fetiche” (Ochoa en: www.sibertrans.com/trans/trans6/ochoa.htm).

Esta aseveración estaría ligada a que la propia industria ha explotado y ha construido esta imagen característica de rebeldía que, según Ana María Ochoa, esta dirigida a una honda búsqueda de “sentido de vida”, y una necesidad de “reencantamiento del mundo” mediada

³² Las cursivas son mías.

³³ Las cursivas son mías.

³⁴ Como vimos en el capítulo anterior, en el ámbito internacional generalmente se pondera la actividad de los grandes productores artísticos, los cuales están encargados de potencializar la capacidad interpretativa de los músicos y de sus creaciones mediante fórmulas estructuralmente concebidas de cómo armar una canción en los diferentes estilos. Un ejemplo es “el gurú del rock en español”, Gustavo Santaolalla.

por la industria masiva y la tecnología, convirtiendo al mercado mismo en un “conflictivo lugar de reconocimiento” (Ochoa en: www.sibertrans.com/trans/trans6/ochoa.htm). En el primer capítulo habíamos señalado –retomando la tesis de Renato Ortiz- que la importancia del mercado radica en que se convierte en una instancia de socialización formadora de valores y comportamientos, compitiendo con la propia industria cultural, con otras instancias como la familia, la religión, la vida en las regiones rurales, entre otras.

Es importante recalcar que el interés de los sujetos en la música y en el placer que consiguen de ella, es construido, y dicha construcción es parte esencial en “la producción de la subjetividad”. Los sujetos entonces serían partícipes de una dialéctica interpelativa que tomará formas determinadas en áreas específicas de la práctica cultural. (Vila 2002:23)

En la música en general, y en nuestro caso el género del rock, ha estado involucrado de manera fundamental en “la producción y manipulación de la subjetividad, siempre se ha preocupado no tanto por reflejar la realidad social, sino por ofrecer maneras con las cuales la gente pudiera disfrutar y revalorizar las identidades que anhelan o que creen poseer” (Middleton en Vila 2002: 23). Es por esto que creemos necesario echar un vistazo a las distintas formas a partir de las cuales se han configurado las nociones de ser un rockero.

2.3.1 Traspasando fronteras

En la escena metalera es la ambigua relación entre rock, mercado, e internacionalización. Muchas veces la carga valorativa sobre la interpretación musical prima de sobremanera en la práctica artística y la percepción de muchos seguidores de este estilo. Como lo

planteamos anteriormente, esta preocupación por la potencialidad “interpretativa” estuvo presente en la esfera del rock hasta bien entrada la década del noventa, cuando se inicia una efervescencia de un movimiento de bandas que interpretaban y ensayaban sus temas propios.

En las bandas de metal es importante revisar los aspectos relevantes de cómo entra o se posibilita la entrada a un terreno de “internacionalización”. Primero, existen criterios ambiguos frente a la comercialización de este tipo de género en particular, porque es una música de culto y de pocos fieles, que se ha arraigado en la creencia de su potencialidad para la protesta a través de sus líricas y estética particular.

Sin embargo existen bandas de “culto” dentro del *heavy metal* ecuatoriano como *Blaze*, y grupos en la actualidad como *Falc*, *Siq*, *BlackSun*, *Total Death*, que han mantenido una línea de interpretación -en su mayoría o en parte de los textos de sus temas- articulada al uso del idioma inglés. En los estudios de Karina Gallegos y René Unda³⁵, se pondera el valor de las líricas como elemento contestatario, pero cabe destacar, que en el plano de internacionalización de una banda de metal, se utiliza la lengua anglosajona como recurso, paradójicamente a ciertos sentidos de pertenencia y crítica social al propio imperialismo norteamericano. En este sentido, el uso del idioma inglés es un requisito, además que es apropiado en la medida en que posibilita la apertura de fronteras:

³⁵ *Revisar* René Unda Lara, *Identidad y movimientos sociales: Proceso de Constitución de movimiento rockero en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 1996; y, Karina Gallegos Pérez, *Identidades colectivas urbanas: el caso de los metaleros en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 2000

“Es complicada, la banda en español que entre, es muy difícil. Es lo que hablábamos de Angra, ellos no cantan en portugués ... pero cantan totalmente en inglés, porque su mercado es en Estados Unidos, en Europa. España es un gran mercado, pero se necesita de que las bandas ... canten en inglés... es como un requisito, a mí me parece muy difícil... son muy pocas las bandas que... cantan en español y en realidad sean grandes” (Andrés Terán)

En segundo lugar, se valora las potencialidades de cómo el “género” -en este caso el heavy y sus derivaciones- puede alcanzar a tener un sonido y calidad interpretativa. En un trabajo de investigación realizado por Alexandra Arroyo, música de la banda de metal Onírica, se recogían algunas respuestas de jóvenes que asistían a los conciertos de rock: “la mayoría dice ser aficionado de ciertas bandas por su genialidad musical, por su virtuosismo y por el mensaje que transmiten. Aprecian la buena música, es por eso que además del rock muchos reconocen a la música clásica como fuente de riqueza musical, como ‘música bien hecha y dirigida’” (Arroyo s/f : 9).

Muchos de mis entrevistados establecieron una postura valorativa vinculada a la “interpretación” musical, como el sello integral de una banda, además de ponderar un cierto “purismo” musical en el estilo. De hecho se establece –que funciona como un patrón incluso en las bandas internacionales- una fuerte conexión a nivel compositivo con algunos pasajes de la música clásica, especialmente en lo que tiene que ver con el virtuosismo en la ejecución de solos de guitarra, la potencialidad rítmica del doble bombo y capacidad vocal de registros agudos o voces de tipo gutural, por parte de ciertos intérpretes. Nos resulta muy elocuente las consideraciones que aparecen en la revista *Traffic* en el año de 1990, respecto a esto:

“¿Qué por qué nos estamos estancando? En primer lugar por la calidad de los músicos: ¿cuántos bateristas, por ejemplo, son capaces de tocar con doble bombo? ¿cuántos cantantes tienen una voz apta para interpretar canciones de Heavy Metal?. En segundo lugar falta oportunidades para presentarse ante el público; ya que así se obtendría más experiencia y mejoraría la calidad musical (...) Si tomáramos en cuenta todo lo anterior, el rock en el Ecuador se consolidaría y los grupos musicales tendrían más escuela lo que ayudaría a que no sólo interpreten canciones de otros grupos sino a componer temas propios. Y no importa que se note que tienen un cierto tipo de influencia de tal o cual grupo musical, lo que interesa es que ya se ha empezado a componer, y esto es lo más difícil.” (Zambrano 1990:26)

En este sentido es interesante recalcar que los significados y valores de la música no son intrínsecos al sonido de la música mismo, sino a la manera en que los individuos cargan de ciertos significados y valores a ellos, “ni siquiera portan significados. Lo máximo que podemos decir es que ponen en acción significados” (Sheperd en Vila 27). Desde esta lectura podríamos señalar la importancia de cómo se ejercen ciertos sentidos “valorativos” a la hora de producir, crear, intercambiar, y promocionar a ciertas bandas o estilos por encima de otras, o incluso el manejo ambiguo de la idea de comercialización.

Las construcciones valorativas alrededor de la buena o la mala música, la más comercial o la menos comercial tienen una carga subjetiva importante que está anclada a la manera en que los sujetos se apropian de la experiencia y vivencia de la música, e incluso de cómo los propios medios de comunicación hacen uso de ella para circularla o no. En el caso del metal, parecería que el sonido, aquí, como en otras partes del mundo, tienen ciertos patrones bastante establecidos para la creación, desde los cuales se construyen las apropiaciones locales y se ponen en acción los significados que estos quieren ponderar.

2.3.2 Del norte y del sur...

En el caso de los rockeros del sur de la capital, existe una consideración casi generalizada de que el “rock pesado no es un rock comercial”. Ante nuestra pregunta de cómo catalogar un rock comercial, Andrés Terán, conductor del programa “Emisión de Rock” contestó “porque vende más”, a lo que agregó:

“Aunque, o sea no tanto eso, o sea, de hecho todo es comercial, sí, el hecho de tener tu CD ya es comercial, pero sería más lo under³⁶, o sea lo que no oye todo el mundo eso es lo que yo quiero promocionar, lo que no todo el mundo oye” (Entrevista Andrés Terán)

Para el entrevistado el sentido que le confería al mundo del heavy metal es que “el rock es más como una familia”, desde esta dimensión fraternal se devela una construcción valorativa con relación a la formas en que se vivencia la música. Pablo Vila se ha referido a las formas en que las personas le damos *un valor a la música* que escuchamos, es decir, sabemos qué escuchar y cómo hacerlo; nuestra recepción y expectativas respecto a tal o cual música no son inherentes a ella, más bien su importancia radica en el texto discursivo que construyen, además del tipo de vínculo que podemos crear y generar alrededor de ella:

“la esquina, la barriada, parques, las patas, las galladas, bares, cafés y los conciertos. Iniciamos el posicionamiento de un espacio referente para los rockeros y rockeras: La Concha Acústica del Machángara, sur de Quito, hace 18 años. Varias organizaciones y líderes comienzan a difundir la propuesta cultural del rock basada en fomentar el rock en nuestro idioma. Festivales en campañas de derechos juveniles y humanos; festivales para la objeción de conciencia: decir ‘No al servicio militar’, porque es otra forma de violencia; poder ser partícipes del cambio social. Como un derecho a buscar soluciones contra el desempleo, evitar la migración, incluirnos en la toma de decisiones de políticas culturales, y el derecho a la autodeterminación política, social y cultural”. (Revista *La Familia*, 5 de septiembre del 2004)

³⁶ Se refiere al término underground que en inglés significa “bajo tierra, subterráneo”

El nexo con el espacio en donde se desarrollan las prácticas artísticas al sur de Quito se percibe anclado a la idea de “familia” o “barrio” –en muchas declaraciones se manifiesta la importancia de esta conexión- en el sentido en que, los conciertos, como por ejemplo los de la Concha Acústica de la Villaflora, reúnen a la gente de la comunidad y no solo a los amantes del género. Esta especial característica quizá podría darnos pistas sobre la singular organización sobre la que se mueven los ámbitos de promoción y distribución de esta música.

Dentro del circuito metalero existe una red interconectada de tiendas de discos especializadas en el estilo y sus respectivos accesorios como Metal Center, Metal Cuero y Marea Negra. Estos locales muchas de las veces auspician los eventos grandes como la Semana del Rock y tienen sus espacios publicitarios dentro de las revistas Acero Magazine, Hard News o Headbanger Magazine, entre otras, y en el mismo programa de Emisión de Rock. Existe una interconexión estructurada de tal manera que transitan los nombres mencionados en la mayoría de los eventos y presentaciones que se hacen bajo la línea del Metal. Esta red de comercialización y promoción tiene su base en programas y publicaciones con una trayectoria reconocida en el medio, tanto es así que *Emisión de Rock*³⁷ goza de salida a nivel nacional (excepto las provincias de Manabí y Guayas) así como el ya “clásico” programa radial “La Zona del Metal”. Las iniciativas de promoción tienen origen privado y se mantienen por la labor de muchos de los fanáticos de esta

³⁷ Emisión de Rock se vende como paquete junto al el programa *10/10*, especializado en la promoción de música tradicional ecuatoriana, tecnocumbia, rocolera, etc. Andrés Terán es hijo del conocido animador de aquel programa, situación que le ha favorecido a la hora de promocionar la escena rockera.

corriente musical, que incluso fungen como corresponsales cuando están fuera del país o aportan con dinero para el mantenimiento de actividades.

Al Sur del Cielo es una organización cultural –como otras existentes en este sector de la capital vinculadas a esta música- encargada de producir varios eventos, entre ellos, la Semana del Rock. Agrupados en torno a su fuerte identificación con el género y su nexo con el barrio de Los Dos Puentes, se encargan de organizar y promover varias actividades culturales en su localidad; muchas veces estas llegan a rebasar el espacio estrictamente musical convirtiéndose en generadores de sus propias políticas culturales como organización independiente, Cristian Castro, miembro de ella nos manifestaba:

“somos una organización cultural primero... desde la cual velamos por la difusión de la música rock hecha en Ecuador. Hemos intentando hacer [nexos] con agrupaciones internacionales pero lastimosamente no tenemos los recursos... luchar por la nota ecuatoriana, latinoamericana, porque nos sentimos parte de este gran centro de forjación de nueva conciencia... el segundo punto de nosotros es empezar a concienciar a la gente. Este concienciar no nace en la forma de que en cada festival mandamos el mensaje, no... tenemos un proyecto que es muy grande... donde se les [da] capacitación musical... capacitación artesanal para mucha gente que no tiene trabajo, hay que buscar una alternativa en este país. Conciencia también a lo que es una forma de respeto... ya no solo en el halo de difusión musical sino también de que nuestra forma de vida, nuestra cultura tenga otros parámetros y sobre todo que sea respetada y valorizada” (Cristian Castro)

En el sur de la capital se han venido desarrollando en los últimos años diversas actividades artísticas, ligadas al agenciamiento mancomunado de organizaciones independientes. En muchos casos esta labor responde a la falta de promoción de las artes en este sector de la ciudad y la notable falta de infraestructura para realizarlos. Además de estas asociaciones culturales vinculadas al rock, existen propuestas artísticas contemporáneas, como por ejemplo, Al-Zurich, quienes promueven a través de la autogestión nuevos espacios para el

arte, fuera del circuito oficial de la cultura, representado este último, por los centros culturales y museos:

“los bienes culturales y artísticos son acaparados por museos y galerías asentados en el centro-norte de la ciudad y vinculados a la reproducción simbólica de la cultura oficial. Esta museificación excesiva ha significado un estancamiento al desarrollo del arte, un alejamiento de su fuente primaria de creación: la vida. Mientras en el sur la ausencia de espacios convencionales para el arte han sido suplantados por casas comunales, casas barriales y espacios públicos donde se expresa simbólicamente la cultura de la periferia, la cultura local” (Extracto del documento del Tercer Encuentro de Arte Urbano, septiembre-octubre del 2005 (Al-Zurich)<http://www.experimentosculturales.com/zurich-2005/zur-home-05.html>).

Esta circunstancia particular de las prácticas artísticas, y en nuestro caso aquellas ligadas a la música, nos revela las formas en que, desde los espacios en muchas ocasiones marginados por la “cultura oficial”, se ha revertido y re-significado a través de las experiencias de cada localidad creando organizaciones gestoras de políticas culturales para su comunidad.

El panorama musical del norte de la ciudad quizá se caracterice por una variedad sonora anclada en la fusión de estilos y ciertas propuestas de trabajo escénico agrupadas bajo el halo del rock. Este uso de otras posibilidades en la música escapa al purismo estético musical de los estilos más vinculados al metal. Edgar Castellanos, miembro de Mamá Vudú, señalaba que su *forma de entender la música* es el rock, del cual tratan de mantener la “vanguardia, innovación, la rebeldía, lo primigenio de la propuesta inicial”. Quizá la construcción musical de sus temas tenga formas experimentales dentro de otros estilos o sonoridades como lo electrónico, pero en su “espíritu” se mantiene una propuesta rockera.

Es interesante la influencia que se genera en el norte de la capital alrededor del ska, las fusiones de distintos estilos y ciertas propuestas de trabajo escénico. Estrategias como el humor o el sarcasmo y ciertos pasajes teatrales en bandas como Rocola Bacalao y Cacería de Lagartos, le imprimen nuevas posibilidades a la presencia en vivo de los músicos, a la vez que utilizan esta herramienta como forma de irreverencia lúdica y provocadora. La fragmentación de los estilos, presente en las composiciones, es un recurso que se repite en muchas de las bandas, confiriéndole a la escena una particular sonoridad: mezclas de estilos como el punk con el sanjuanito, o pasajes de ska con cumbia, blues o rock and roll, son frecuentes.

En el norte, el espacio en donde se configura la movida musical es mucho más disperso y descontrolado, no existe un circuito estructurado con propuestas de configurar organizaciones culturales puntuales como en la experiencia del sur de la capital. Más bien, existe un pequeñísimo circuito de bares en donde se mueven las distintas bandas, además de los eventos organizados en las universidades y colegios. Tal vez los festivales vinculados a un tipo de promoción institucional como el de la Fiesta de la Música, de la Alianza Francesa de Quito, o el Quitofest, realizado con el apoyo del Municipio de la ciudad y la iniciativa privada de ciertos músicos, son programas de mayor visibilidad pública.

2.4 Disqueras y producción local

El disco es como una excusa para tocar
Hugo Ferro. Cacería de Lagartos

Los procesos de la definición de popularidad en el campo musical dependen, en gran medida, de un tipo de “infraestructura productiva simbólica” que sostiene a la creación musical: listas semanales de ventas en la prensa musical, los diferentes premios a la música, balances de ventas, etc. En este punto nos preguntamos: ¿cómo pensar entonces en nuestras propias experiencias dentro del ámbito de la industria y el rock? Cuando Simon Frith hace referencia a la *infraestructura productiva*³⁸, obviamente se sitúa desde la experiencia inglesa, en donde existe una matriz institucionalizada de prácticas que ha sido promovida por las propias industrias, sin embargo, en nuestro caso nos damos cuenta que no existen premios para nuestra música como categoría institucionalizada, quizá han existido o existen de forma discontinua; no hay balances de ventas que no estén atravesados por las dinámicas de la piratería o comercio ilegal, y hasta ahora se generan irregularmente nuevos circuitos para la difusión de un *star-system* en el rock al estilo ecuatoriano, quizá no dentro de las matrices que rigen la dinámica de las grandes transnacionales de la música.

Si el desarrollo de la industria musical, como industria cultural, supone el uso de recursos tanto materiales como simbólicos disponibles en unas formas estructuralmente determinadas por medio de las instituciones y los circuitos de producción, distribución y consumo cultural como mercancía (Garnham 1998: 144), es importante destacar, que en el caso del rock ecuatoriano, la producción, circulación y consumo de esta música, sucede básicamente desde las experiencias locales y devalúa espacios que han sido marginados de la promoción de estas industrias a nivel internacional y la consecuente transnacionalización de sus productos.

³⁸ Ver Simon Frith, “Hacia una estética de la música popular”, en *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología*, Madrid, Trotta, 2001, pp. 413-435

En la actualidad es complicado hablar de la existencia en el país de *indies* o disqueras pequeñas afincadas en el territorio, especialmente desde el ámbito del rock. La Cámara Ecuatoriana del Disco que agrupaba a las principales productoras discográficas como Fediscos, Ifesa, MTM, Sony, JD Feraud Guzmán, entre otras, y que estaba encargada de luchar contra la piratería y la defensa del autor, dejó de funcionar en el año de 1999; empresas como JD Feraud Guzmán o Ifesa, con varias décadas de trabajo en el medio, cerraron sus puertas. Las razones de su desaparición quizá obedecen a la actual dinámica de las relaciones entre producción-circulación, que están transformándose ágilmente en el contexto internacional y la fuerte influencia de las redes de comercio ilegal que imperan en el medio.

A mediados de la década del noventa ya se manifestaba un malestar dentro de la industria discográfica local. En un titular del diario El Comercio, “Discos: un negocio a la deriva” que circuló en 1994, se señalaba la dificultad de encontrar productos de los artistas nacionales en los almacenes de discos y la limitada capacidad para registrar sus creaciones en un soporte físico. A partir de aquel año se abrió la oportunidad a nivel nacional de grabar en formato digital –CD-, razón por la cual 20 artistas nacionales habían podido acceder a esta posibilidad: “la aceptación ha sido inmejorable llegando, en algunos casos, a agotarse la producción. Dos casos: Contravía y Pueblo Nuevo” (El Comercio, 25 de noviembre de 1994). En aquellos años, varios estudios de grabación eran los más reconocidos en proveer este servicio: Octavo Arte, Coda Producciones, Árbol Records, HCJB y Helios; la mayoría trabajaban con artistas independientes.

Si durante la década del ochenta era complicado realizar grabaciones para los artistas jóvenes con las disqueras por los altos costos y la falta de apoyo para géneros como el rock, en los años noventa la posibilidad de grabar en el formato digital vendría a cambiar de manera sustancial el horizonte a partir del cual se empezaría a registrar la música. En aquel entonces, Hugo Idrovo, músico de amplia trayectoria en el medio sostenía:

“la autogestión es la última solución para el desarrollo creativo de los artistas ecuatorianos. No podemos tomar en cuenta a ningún personaje que funge a favor de la música nacional [respecto a las casas disqueras] su mediocridad les impide ver mas allá de lo que los cantantes y músicos proponen.” (*El Comercio*, 5 de febrero de 1995)

En esos años, se consideraba que las empresas no tenían una infraestructura productiva suficiente que les permitiera calificar el producto, por lo cual era necesario que los músicos mismos buscaran soluciones y salidas al problema. Para las jóvenes bandas de rock las oportunidades eran muy limitadas, apenas tres o cuatro disqueras apoyaban su trabajo, de ellas podríamos citar a: Subterra Records y Psiqueros. Ambas productoras intentaban encargarse de grabar los temas, producir un Cd, promocionar a las bandas, distribuir los discos. Por ejemplo, Subterra Records trabajaba principalmente con las bandas de metal y tenía su propia tienda de distribución casi especializada: Audiovideo. Psiqueros por otra parte, producía a bandas de un espectro más variado, entre las que podríamos citar a Barak y Sobre peso, por mencionar algunas. No obstante, poco a poco estas irían desapareciendo del medio.

Si la disquera no podía proveer las herramientas necesarias para producir a un artista rockero dentro del medio local por la complicada labor que esto significaba –generación de

públicos, promoción sostenida en radios, seguimiento de carrera, creación de imagen, rentabilidad- fue sin duda la autogestión la que permitió la sobrevivencia de las creaciones musicales, dentro de una particular agencia que re-significa las formas de producción-circulación e intercambio de bienes culturales.

La mayoría de músicos entrevistados confesaron no “vivir” exclusivamente de la música; en conjunto, muchos tenían sus profesiones aparte de sus actividades artísticas: diseñadores, arquitectos, ingenieros, abogados, comunicadores, etc. Esta circunstancia les posibilitaba el mantenimiento y autogestión de sus proyectos musicales a través de la generación de recursos fuera del ámbito musical. Nos resulta bastante evidente que el panorama de producción-circulación no se vinculó de manera substancial al formato tanto de una *major* como de una *indie*, es decir, estamos ante la posibilidad del *agenciamiento*, muchas veces individual o colectivo.

Para la grabación de un cd o un demo en general, se realizaban colectas de dinero entre la gente del grupo y / o amigos, otras veces se realizaban canjes con los dueños del estudio, se conseguían espacios dentro de estudios de grabación en instituciones públicas como el Municipio, otros mediante el préstamo de equipos, y finalmente también habían cooperaciones colectivas para sacar el producto de varias agrupaciones.

Bandas como Cacería de Lagartos, por ejemplo, gestionaron el lanzamiento de su primer demo a través del dinero que sacaron de presentaciones públicas gratis en la Plaza del Teatro, desde donde se conectaron con los estudios en donde grababan grupos folklóricos a módicos precios. Otras bandas realizaban la venta de sus propios demos bajo pedido, o

dentro de los espacios de los conciertos. El primer cd de la banda Can Can podía ser adquirido vía telefónica. La banda de metal Amazon ha comercializado su *demo*³⁹ bajo pedido y no han decidido aún si van a tener un producto final terminado de la banda para comercializarlo.

No obstante, la mayoría de bandas aseguraron no vivir de las ganancias que les proporciona la venta de sus cds, ya que en algunos casos es limitada, pirateada, o simplemente no tiene una salida importante. En este punto la reflexión de Hugo Ferro, miembro de la banda Cacería de Lagartos, es elocuente: “el disco es como una excusa para tocar”. La mayor parte de la producción discográfica se constituye en la carta de presentación de los grupos, es el instrumento desde donde se visibiliza sus trabajos. Esta revaloración del producto final no está mediada por el mercado y su capacidad de cambio, sino en la posibilidad de convertirse en un “fin creativo en sí mismo” (González 2000:3).

Este es uno de las nuevas formas de re-significar el ámbito mismo del producto final, a partir de configurarse como parte de un proceso de producción, en el cual revierte los significados que priman en la industria musical oficial de circulación y consumo. Esta circunstancia nos aleja de la concepción finalista del intercambio comercial, y le adscribe nuevos sentidos a la posibilidad de generar un producto simbólico. La carta de presentación es pues, un nuevo espacio de interacción en el medio, a través del cual se vivencia un tipo particular de experiencia estética, que convive en cierta medida con la idea de comercio, pero no es su objetivo último.

³⁹ El demo es una primera grabación inicial de la banda, generalmente antecede al cd final. Muchas de las bandas comercializan este primer producto como si fuera el cd acabado o final.

Además es interesante ver que los circuitos de comercialización deambulan en espacio inconexos. Por ejemplo, una banda bien podría ubicar sus productos en el Tower Records, cadena internacional de comercialización de música, o tiendas de música, o vender sus cds en las afueras de un concierto, o por medio de labores privadas, como las realizadas por el coleccionista y productor de los eventos de la Fiesta de la Música, Hernán Guerrero, quien opta por ofrecerlos en su lugar de trabajo. En el caso del ala metalera, como lo revisamos anteriormente, el circuito es mucho más organizado en la cuestión de comercialización, no obstante, el peso de las ganancias por cd no parecen ser el rubro de mayor ingreso económico, en la medida en que, además de cd, ellos promocionan productos como camisetas, posters, bisutería, libros, etc.

Otro de los aspectos relevantes del escenario actual de producción de la música es el fenómeno de la piratería o comercio ilegal. Es importante comprender que en la actualidad la piratería es un elemento que configura “la relación entre reordenamiento económico y cambios tecnológicos que transforman profundamente el producto musical en sí.” (Ochoa 2003:76) En nuestro caso y la experiencia de los músicos locales, a pesar de señalar que este es un problema en sus producciones, minimizaban su importancia desde su lugar de producción y el interés por resaltar otros aspectos:

“Que está bien que la gente necesita trabajar que necesita hacer cosas y que, la piratería es una forma totalmente sino legal por lo menos legítima de hacer las cosas (...) yo creo que no pertenece a nadie en concreto, nosotros fuimos músicos y es para tocar en vivo, eso es lo que nos satisface a nosotros” (Edgar Castellanos. Mamá Vudú)

Además con la resignificación del producto final, no como mercancía final, sino como parte del proceso creativo de su producción, le resta importancia al tipo de regalías que del cd pudieran obtener, allí es donde los músicos ponderan las posibilidades de tocar en vivo como fundamento de su oficio; es precisamente en este espacio en donde cobra sentido la interpretación y la estética lograda desde el performance escénico:

“nosotros creemos fielmente en tocar en las presentaciones en vivo o sea en el show con la gente, ya, ese es el mejor contacto eso es lo que nosotros creemos en lo que realmente se va a mantener vivo ya, (...) la esperanza que le tenemos al disco es de que hacer un disco de calidad y que la gente que quiera, pueda y tenga el suficiente respeto al artista lo vamos a producir nosotros el disco, o sea es nuestro disco” (Hugo Ferro. Cacería de Lagartos)

La piratería es un tema que si bien podría perjudicar económicamente a los grupos, no lo hace profundamente. En este sentido, su presencia es relativizada frente a sus posibilidades diversas de agenciar en el medio, que no están únicamente ancladas al producto final como mercancía.

Es importante señalar, que la consideración de la “música como información pura” también es determinante a la hora de redefinir un producto final en el campo de la música. Si bien para los músicos locales el cd como fin creativo en sí mismo es importante, se encuentran inmersos en una nueva condición para las formas de intercambio musical que les proveen otro horizonte desde donde armar su poder-hacer, es justamente aquí, en donde la noción del performance escénico, y toda su trayectoria recorrida, cobra importancia en nuestra investigación.

2.5 “Vive en vivo”⁴⁰

La revitalización del performance escénico ha sido un elemento transversal dentro del agenciamiento independiente en la ciudad de Quito. La trayectoria histórica de la interpretación en vivo –que revisamos en un acápite anterior- posibilitó y posibilita a los músicos reafirmar el escenario público como espacio de reconocimiento y promoción directa, sin utilizar los medios convencionales y formales –o utilizarlos de manera tangencial- de la industria de la música para promover sus productos: estrategias como la creación de una imagen pública, formación de ídolos, establecimiento de un *star-system*, fuerte promoción en los medios, etc.

Si bien, espacios como los de la radio o televisión, han conseguido mantener programas con una línea de promoción de un *star-system* del rock nacional como el *Prohibido Prohibir*, *De 6 a 7*, *La Zona del Metal*, entre otros, en emisión radial, o de manera esporádica en programas televisivos como *La Kombi*, el *10/10* y continua como *Emisión de Rock*, así como también, sitios web informativos de la movida musical como *El Rondador*, *Ecuarock* o *Ecuapunk*, es en el espacio *en vivo* en donde la práctica musical adquiere un valor simbólico en tanto afianzamiento de propuestas e inserción en el escenario público masivo:

⁴⁰ Este fue el nombre de uno de los conciertos organizados por el municipio capitalino en el año de 1995, el nombre nos resultó elocuente a la hora de hablar del espacio público.

“Aquí los grupos, en gran medida, se hacen tocando en vivo, no por medio de discos, ni de televisión, ni de radios, y es por eso que la movida del rock ecuatoriano es real, tangible. La “gira ficticia” que nos llevó a Japón y a otros países de Asia, Centroamérica y Europa es sólo una propuesta de contra-comunicación: en un punto de la historia en que los medios masivos nos desinforman y nos moldean a su gusto, es un placer entretenerse con ellos un poco.” (Rocola Bacalao. Revista Dogma, 2005, No. 3)

Tocar en vivo, aparte de posibilitar la visibilización de las bandas, también se ha convertido, para algunos músicos especialmente aquellos que viven del oficio, en la fuente de ganancias económicas y manutención de carreras. Asimismo, en muchas ocasiones el espacio del concierto es la ventana propicia para la promoción y venta de productos producidos por la banda, en una especie de relación *artesanal* –como plantearía Raymond Williams- de entrada directa al mercado.

Festivales como *La fiesta de la música*, *La semana del rock*, *Quitofest*, los conciertos en la Concha Acústica de la Villaflora, *La Semana del Rock*, son verdaderas plataformas desde donde circulan los bienes culturales musicales y donde se resignifica las formas de intercambio simbólico en el escenario del rock. Si el cd se ha convertido en una especie de “excusa para tocar” y la música, desde su caracterización como “información pura”, ha relativizado el peso del soporte final, encontramos la posibilidad del poder-hacer a través de la vuelta al sentido del oficio del músico en la experiencia de tocar en vivo, práctica que además, lejos de la construcción de ídolos de los medios, los ubica de cara a la experiencia pública de producción.

Además, en la actualidad, con la generación de espectáculos, muchas veces promovidos por los gobiernos locales como el *Quitofest*, Festival *Infusión*, en Cuenca, o el famoso, *Rock al Parque* en Bogotá, el escenario se convierte en una vitrina internacional no solo de convivencia con otras experiencias de los músicos, sino que también es la oportunidad para establecer futuras relaciones con distintos lugares. Por ejemplo, la banda Siq, representante ecuatoriana al festival *Rock al Parque*, consiguió hacer contacto en el *Quitofest* con la gente de una banda colombiana que les sirvió de apoyo o espaldarazo para su visita a dicho evento.

El performance escénico revitaliza la práctica musical a través del “privilegio de la presencia” (Connor 1989:11) y le confiere al proceso de producción-circulación y consumo musical un nuevo cariz, en la medida en que, posibilita generar un espacio de acción intrínseca de los músicos con su oficio, además que reivindica la capacidad de los artistas de agenciar su propio escenario de reconocimiento y posicionamiento público *in situ*, esto quiere decir, desde la experiencia vivida entre el público y la agrupación.

Si nos ubicamos en la red de generación de éxitos y artistas promovidas en su mayoría por la infraestructura productiva de las *majors*, los lugares de reconocimiento y difusión –así como de ganancia económica- se encuentran en la generación de circuitos comerciales para sus productos y a través de los canales massmediáticos. La existencia de un cd –o también un video-, “supone, en cierto modo, la posibilidad de controlar la música que se reproduce, pues, con alguna excepción, un disco permite la libertad de reproducirlo y escucharlo donde y cuando uno lo desee, en casa, en la calle, en el coche. Esta repetibilidad es lo que parece garantizar la posesión y control de la mercancía por parte del consumidor” (Connor

1989:111). En lugares de producción marginal de los circuitos transnacionales como el nuestro, esta circunstancia varía y crea otras formas de intercambiar y experimentar la cuestión musical, inyectándole al proceso creativo una nueva forma de encarar su propia práctica.

2.5.1 Programas, espectáculos y políticas culturales

Desde la perspectiva revisada anteriormente, me interesa abrir un pequeño debate con relación a la labor desempeñada por las instituciones culturales y los departamentos de cultura de los organismos del Estado en el Ecuador en el ámbito del diseño de políticas culturales en el campo musical. Las prácticas artísticas en la contemporaneidad están ancladas a un sinnúmero de transformaciones y dinámicas que rebasan las fronteras nacionales y marcan una distancia de las visiones patrimonialistas de la cultura. Las políticas culturales tradicionales, muchas veces impulsadas por los organismos estatales, se han ocupado sobre todo “de los modos en que la identidad nacional habla en los museos, las escuelas, las artes visuales y la literatura con el fin de proteger la consagración y reproducción de identidades tradicionales” (García Canclini 1999:35).

En el año de 1990 la administración municipal del alcalde Rodrigo Paz impulsó la creación del *Departamento de Desarrollo y Difusión Musical* que agrupaba varias propuestas musicales como: la Banda Sinfónica Metropolitana, la Orquesta de Instrumentos Andinos de Viento, la Banda Municipal, el Grupo Yavirac, el Coro Ciudad de Quito, entre otros, además de varios proyectos de investigación. En su mayoría, los programas se

encaminaban al *rescate* de la música tradicional ecuatoriana, así como a la promoción de la música académica. Además se implementó el programa de *Agosto Mes de las Artes* que está vigente hasta la actualidad, en donde además de las diversas actividades artísticas, se contemplaba la presentación de grupos en vivo en diferentes puntos de la ciudad dentro de un sistema de *espectáculos gratuitos y promocionales*.

Agosto Mes de las Artes participó de alguna manera en la trama de experiencias de las bandas rockeras en el medio, desde el inicio del programa, bajo la bandera de apoyo a las propuesta juveniles. Festivales como “Festival de Música Rock” en 1994, “Vive en Vivo” realizado en el año de 1995, el apoyo en la organización de festivales de gran envergadura como “Rock en el Volcán: Pululahua 1999”, y los festivales de “Quitofest” (desde el 2003 hasta la actualidad) organizados todos por el Municipio de Quito, son muestras de la influencia de las políticas culturales del Estado en estas manifestaciones artísticas. Otro de los apoyos en los últimos cuatro años ha sido el realizado por el Consejo Provincial del Pichincha en la conocida “Semana del Rock” desde el 2002, en cooperación con el grupo cultural “Al Sur del Cielo”.

No obstante, frente a los procesos de globalización en la música que se despliegan en formas de desterritorialización de géneros y estilos más allá de las fronteras nacionales produciendo un sinnúmero de prácticas de apropiación local –nos referimos al caso del rock en especial- nos preguntamos: ¿cuál es el papel del Estado frente a la configuración de estas redes artísticas juveniles? ¿Deben diseñarse políticas culturales que simplemente estén encaminadas a la organización de espectáculos gratuitos o promocionales?, estas son algunas de las interrogantes que me inquietan al pensar este fenómeno.

Podemos considerar que “el papel del Estado no puede ser simplemente el de intervenir en casos de *market failure*⁴¹ donde la ley de la oferta y la demanda ha fracasado, ni la participación cultural puede ser reducida al consumo de productos culturales (Wortman se pregunta: *¿esta es la función política del Estado en materia cultural: ofrecer gratuitamente lo que no se puede acceder por el mercado?*” (Lacarrieu /Álvarez 2002:13). Es importante recalcar que lo público puede proporcionar un soporte para la constitución de unas ciudadanías participativas que no se diluyan en el discurso de los espacios “gratuitos” para mostrar la cultura. Es necesario “que (en) el espacio social, lo público, sea vivido como una forma cultural no excluyente sino complementaria de las diversas experiencias particulares de cultura, y que la cultura pública aparezca como la forma del vínculo entre la esfera político-colectiva y la privada” (Sánchez Parga 1991: 38).

En el ámbito musical, los gobiernos locales han mantenido una política cultural discontinua y de corto alcance en el apoyo a las propuestas musicales apegadas a fenómenos más contemporáneos en la música como el rock. El complejo panorama que sugiere la inserción de estas prácticas musicales ancladas a circuitos de transmisión musical de orden transnacional dentro de un diseño de políticas y gestión cultural es un campo que necesita ser debatido. Una de las particularidades de la música rock en general es que su dinámica de producción-circulación está atravesada por una lógica comercial, vivencia del oficio y de espectáculo, cuya solución se resuelve en el ámbito del mercado.

⁴¹ Traducción: descomposición o fracaso del mercado.

Alrededor de este tema hay mucho que discutir, solamente quería citar el caso que ocurrió en el puerto. Guayaquil había gozado durante dos años del programa *El Maac y la música* con una convocatoria multitudinaria de público y músicos a nivel nacional e internacional y un alto nivel de producción. Este evento permitía en gran medida sacar a la luz producciones de músicos a nivel local y nacional que sin él, no hubieran tenido mayor apoyo. El anterior director del museo Freddy Olmedo, consideraba la importancia de concebir un concepto de cultura más amplio, ya que “a los jóvenes hay que hablarles con otros lenguajes, con los que ellos entienden: la música, el cine arte, el lenguaje de la visualidad.” (*El Universo*, 20 abril del 2004).

Este evento se canceló como proyecto ya que el museo no podía participar o dar prioridad a este tipo de programas *puesto que su preferencia era la “cultura”*; su actual directora Mariella García, manifestó en una nota de prensa: “*No trabajo para el espectáculo sino para la gestión cultural*”⁴² (*El Universo*, 19 de abril del 2004), de esta manera, el programa musical fue desechado por su relación al *espectáculo*. Podríamos preguntarnos entonces, frente a la precaria situación de muchos músicos en esa ciudad ¿qué políticas culturales se podrían implementar que contemplen las dinámicas de la música, la industria, el espectáculo y el mercado, en un contexto contemporáneo?

La mayoría de políticas del Estado son atravesadas por una visión patrimonialista, esencialista de la cultura y de rescate de nuestras raíces, opuesta a cualquier dinámica comercial. En este sentido, el desarrollo de músicas *no vinculadas al terruño* o espíritu primigenio de la nación, tendrán su espacio de conflictividad, en la medida en que, su rango

⁴² Las cursivas son mías

de ingerencia supera los linderos de una nación. Ante la imposibilidad del sostenimiento de una industria que funcione como un asidero para las propuestas artísticas de los jóvenes en Quito y a su agenciamiento independiente, qué oportunidades se podrían crear desde el Estado para la difusión y sus necesidades de resguardo de sus derechos dentro del diseño de una política cultural: “toda política cultural que involucre simultáneamente la movilización de lo cultural popular y lo económico es, por definición, un campo abierto a la controversia y al conflicto como ámbito permanente de negociación (...) es necesario considerar el potencial político de un ámbito que es simultáneamente económico y de movilización de política cultural” (Ochoa 2003: 74,75)

En el documento para el debate presentado por el gobierno de Gustavo Noboa en agosto del 2002, y que se encuentra publicado en el portal de cultura de la UNESCO, titulado: “Políticas culturales de Estado 2002-2012. Construir la Nación desde la Diversidad Cultural” (http://www.lacult.org/docc/politcult_ecuador.doc) manifiesta la preocupación por el desarrollo limitado de las industrias culturales en el contexto ecuatoriano, para lo cual, en el ámbito de las industrias culturales propone: por un lado, “estimular, en una acción permanente, los espectáculos culturales (teatro, danza, artes musicales, etc.), mediante la creación de públicos (rebajas de impuestos en los espectáculos, educación e información a través de los medios de comunicación, etc.)”, y por otro, “incentivar la formación de públicos. No debe olvidarse que el desarrollo de la industria cultural está unida al problema de la formación de públicos. Si no existe un crecimiento en la demanda de bienes y servicios culturales, tampoco habrá un fortalecimiento de la oferta de tales productos. Por ello es urgente establecer programas concretos que se relacionen

con políticas de recreación, encaminadas a la utilización adecuada del tiempo libre. En la medida en que la sociedad ecuatoriana genere públicos activos y críticos aumentará el consumo de bienes y servicios (cine, TV, radio, teatro, danza, etc.) y, por esta vía, las industrias culturales se harán más dinámicas y diversificadas”. (http://www.lacult.org/docc/politcult_ecuador.doc)

Es necesario comprender que las políticas culturales “son intervenciones, concientes, intencionadas, formales, racionales y estratégicas realizadas desde el Estado o desde la iniciativa privada para tratar de incidir sobre un determinado *sistema cultural*, apuntando a corregir sus *fallas*, compensar sus *carencias* o reforzar sus *potencialidades*” (Hernández 2003:<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric04a03.htm>). Considero que frente a la precaria situación por la que atraviesa la industria musical en general –si todavía algo existe de ella- de cara a la particular efervescencia del agenciamiento independiente de los músicos en el contexto contemporáneo, se debe considerar la posibilidad de la implementación o intervención de Estado con políticas que desarrollen estas prácticas y refuercen sus capacidades y potencialidades en el medio.

Si la formación de públicos es una de las preocupaciones, así como, el incentivo al fortalecimiento de las industrias, reflexionar sobre las prácticas musicales actuales relacionadas al rock ecuatoriano, su radio de influencia, su proyección, y sus alternativas, nos sitúa en un universo en donde se entrecruzan fenómenos massmediáticos, la influencia de las nuevas tecnologías, las diversas reapropiaciones estilísticas, los conflictivos escenarios de comercialización, etc. Todas estas implicaciones necesitan ser analizadas al momento de intentar establecer una política cultural, que reconozca las problemáticas

alrededor del incentivo a los proyectos independientes frente a los fenómenos de corte transnacional.

Para concluir quisiera resaltar que el diseño de una política cultural no puede diluirse en el apoyo, financiamiento o promoción de un espectáculo público. Es necesario establecer un diálogo con las personas vinculadas a las prácticas artísticas, así como también, indagar en el contexto donde se desenvuelven sus experiencias, para develar así qué nuevos horizontes se están trazando, las formas de producir, circular y consumir cultura, en nuestro caso en especial dentro del universo del rock. De esta manera considero necesario efectuar un diagnóstico y diseño cultural en el caso de la música que abarque propuestas como las del rock, tecnocumbia, hip-hop, músicas tradicionales, etc., realizado en base a la investigación de cada uno de los fenómenos y su importancia para las poblaciones locales. Diagnóstico y diseño culturales que establezcan el grado de competencia de las instituciones públicas a la hora de pensar en cuáles son las problemáticas de los artistas nacionales dentro del universo contemporáneo, más allá de las clásicas discusiones que se enmarcan solamente en los derechos de autor.

CONCLUSIONES

En los análisis alrededor de la industria musical, la caracterización de las *majors* e *indies* ha sido un eje transversal para la comprensión del fenómeno de transnacionalización en la música. En nuestro caso, nos hemos planteado la posibilidad de pensar el complejo escenario en que se desenvuelven estas prácticas artísticas –marcado por una efervescencia de bandas y propuestas musicales- dentro del rock en la ciudad de Quito, a través de la categoría de agenciamiento independiente. Este planteamiento surgió de la necesidad de entender cómo este género, frente a una incipiente industria local, ha sido apropiado por distintos actores y desplegado en la promoción de circuitos y formas de intercambio simbólico que mantienen un sello particular pero no por eso alejado de las dinámicas globales.

No hemos querido emprender un recorrido exhaustivo sobre las distintas facetas históricas de la inserción del rock en Quito. No obstante, apoyados en una suerte de genealogía, hemos relacionado distintas trayectorias, ciertas construcciones de sentido -que se han constituido en referentes a la hora de pensar el rock- su vínculo con el mercado y sus (des)conexiones con el ámbito global. A partir de estas articulaciones hemos configurado un espacio de acción de las distintas prácticas musicales y sus capacidad de *poder-hacer* desde la agencia emprendida en este escenario.

El panorama de gestación de propuestas artísticas rockeras es complejo, en la medida en que, siempre está (des)conectado a los flujos internacionales de comercio musical y atravesado por la problemática entre su “autenticidad” y el mercado. En este sentido, articular la categoría de *agenciamiento independiente* nos sugería el pensar en cómo los significados construidos alrededor de la música ponderan ciertas formas de comercialización o no de los productos finales y configuran escenarios, en donde, el intercambio de bienes culturales está mediado por el espacio público del concierto o las posibilidades que se articulan para la generación de un circuito.

El rock en el sur de la capital nos muestra un espacio singular de configuración de un agenciamiento independiente, en la medida en que, la labor de grupos u organizaciones como “Al Sur del Cielo” no solo se convierte en el lugar de estímulo musical, sino que aparecen como espacios de promoción de un cierto tipo de política cultural, relacionada a su radio de ingerencia. Además, es interesante encontrar un circuito bastante articulado y consolidado alrededor de los estilos musicales más ligados al *heavy metal*, que se compone de tiendas, programas radiales y televisivos, revistas, redes de conciertos y muestra una particular manera de accionar desde sus propias posibilidades.

El potencia del performance escénico está en la revitalización del escenario como punto de conexión entre el público y las agrupaciones. Allí la intermediación de la industria está ausente, en la medida que, a partir una práctica de tipo *artesanal* –como diría Raymond Williams- los propios artistas generan su espacio de posicionamiento y re-conocimiento, a la vez que, se articula a un tipo de intercambio simbólico ligado a la experiencia en vivo.

Debemos tomar en cuenta que la ingerencia de las nuevas tecnologías y el vertiginoso crecimiento del comercio ilegal (piratería) en el mundo están transformando el panorama internacional de la industria de la música, puesto que significan pérdidas económicas relevantes para las grandes y pequeñas empresas. Sin embargo, en nuestro caso, el nivel de importancia que se da a este problema es relativo, puesto que el cd o producto final de una banda es visto como parte del proceso artístico o como un “fin creativo en sí mismo”, y busca ponderar otras formas por las cuales se puede refuncionalizar el intercambio de bienes musicales.

Reflexionar sobre la dinámica entre lo local y global en el campo de la música, nos sugiere situarnos por un lado, desde nuestras experiencias locales, y por otro, desde las formas de inserción en ámbitos globales y qué implica pensar en ellos. Considero importante señalar que los problemas analizados pueden servir de base para nuevas investigaciones que puedan develar las tensiones, flujos, y dinámicas presentes en este campo. Esta indagación forma parte de ese proceso.

BIBLIOGRAFÍA

Adell, Joan-Elies, *La música en la era digital. La cultura de masas como simulacro*, s/l, Editorial Milenio, s/f.

Adorno, Theodore y Max Horkheimer, *Dialéctica del Iluminismo*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1988.

Anverre, Ani, et al, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, México, UNESCO, 1982.

Barbero, Jesús Martín, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Editorial Gili, 1987.

Barthes, Roland, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Piados, 1992.

Benjamín, Walter, *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Editorial Taurus, 1989.

Beezer, Anne. “Dick Hebdige, ‘Subcultura: el significado del estilo’”, en *Introducción a los estudios culturales*, editores Martín Baker y Anne Beezer. Barcelona, Editorial Bosch Comunicación, 1994.

Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc J. D., *Respuestas por una antropología reflexiva*, México, Editorial Grijalbo, 1995.

Connor, Steven, *Cultura postmoderna. Introducción a las teorías de la contemporaneidad*, Madrid, Akal ediciones, 1996.

Cornejo Guinassi, Pedro, “Rock subterráneo. El sonido y la furia”, en *Nacidos para ser salvajes*, compilado por Maruja Martínez, s/l, 1994.

Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial Lumen, 1993.

Feixa, Carles, et al (editores)., *Movimientos juveniles en América Latina. Pachucos, Malandros, Punketas*, Barcelona, Ariel, 2002.

Foucault, Michel, *Nietzsche, la genealogía y la historia*, Valencia, Editorial Pretextos, 1997.

Frith, Simon, “Hacia una estética de la música popular”, en *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología*, Madrid, Trotta, 2001.

Gallegos Pérez, Karina, *Identidades colectivas urbanas: el caso de los metaleros en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 2000.

García Canclini, Néstor / Roncagliolo, Rafael (editores), *Cultura transnacional y culturas populares*, Perú, IPAL, 1988.

García Canclini, Néstor. “Introducción. Sobre estudios insuficientes y debates abiertos”, en *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, coordinadores Néstor García Canclini y Carlos Moneta. Buenos Aires, Ed. Eudeba/SELA, Buenos Aires, 1999.

García Canclini, Néstor. “Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano”, en García Canclini, Néstor y Carlos Moneta (coordinadores), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Ed. Eudeba/SELA, Buenos Aires, 1999.

Garnham, Nicholas, “Economía política y la práctica de los estudios culturales”, en *Economía política y Estudios Culturales*, editado por M. Ferguson y P. Golding. Barcelona, Editorial Bosch Comunicación, Barcelona, 1998.

Giddens, Anthony, *The constitution of society: outline of the theory of structuration*, Cambridge, Polity press, 1984.

Guerrero, Pablo, *Enciclopedia de la música ecuatoriana*, Quito, Conmusica / Archivo Sonoro, Tomo I, 2001.

Guerrero, Pablo, *Enciclopedia de la música ecuatoriana*, Quito, Conmusica / Archivo Sonoro, Tomo II, 2004.

Guerrero, Pablo, *El rock y su “nacionalización” Notas sobre su presencia y desarrollo musical en el país*, Quito, manuscrito, 1997.

González, Daniel. “Rock, identidad e interculturalidad. Breves reflexiones en torno al movimiento rockero ecuatoriano”, en *Íconos*, Quito, Flacso-Ecuador, No. 18, 2004.

Lacarrieu, Mónica y Marcelo Álvarez (comp.), *La (indi)gestión cultural: una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*, Argentina, Ediciones Ciccus, 2002.

Mato, Daniel. “Transnacionalización de la industria de la telenovela, referencias territoriales y producción de mercados y representaciones de identidades transnacionales”, en *La (indi)gestión cultural: una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*, compilados por Mónica Lacarrieu y Marcelo Álvarez. Argentina, Ediciones Ciccus, 2002.

Moneta, Carlos Juan. “Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e integración regional”, en *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, coordinadores Néstor García Canclini y Carlos Moneta. Buenos Aires, Ed. Eudeba/SELA, Buenos Aires, 1999.

Ochoa, Ana María, *Músicas locales en tiempos de globalización*, Argentina, Editorial Norma, 2003.

Ricaurte, César, *Cuando te ves en el espejo, cuéntame ¿qué ves?*, Quito, Departamento de Desarrollo y Difusión Musical, 1996.

Roncagliolo, Rafael. “Las industrias culturales en la videosfera latinoamericana”, en *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, coordinadores Néstor García Canclini y Carlos Moneta. Buenos Aires, Ed. Eudeba/SELA, Buenos Aires, 1999.

Sánchez-Parga, José, et al., *Signos de futuro. La cultura ecuatoriana en los años 80*, Cayambe, Agencia Española de Cooperación Internacional, 1991.

Sunkel, Guillermo. “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, en *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, compilados por Daniel Mato. Caracas, Clacso / Universidad Central de Venezuela, 2002.

Unda Lara, René, *Identidad y movimientos sociales: Proceso de Constitución de movimiento rockero en Quito*, Quito, Tesis PUCE, 1996.

Vallejo, Danilo, “El movimiento subterráneo o en otras palabras el underground nacional”, en *Abrelatas*, Quito, noviembre-diciembre del 2002.

Vila, Pablo. “Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos, las letras y las actuaciones musicales”, en *Músicas en transición*, coordinado por Ana María Ochoa y Alejandra Gagnolini. Colombia, Cuadernos de la nación, 2002.

Williams, Raymond, *Sociología de la cultura*, Barcelona, Paidós, 1994.

Wong, Ketty. “La translocalidad de la música popular ecuatoriana: construyendo una identidad nacional alternativa?”, en <http://www.hist.puc.cl/historia>.

Yúdice, George. “La industria de la música en el marco de la integración América Latina – Estados Unidos”, en *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, coordinadores Néstor García Canclini y Carlos Moneta. Buenos Aires, Ed. Eudeba/SELA, Buenos Aires, 1999.

Zambrano, Esteban, “Heavy metal. La realidad del rock nacional” en *Traffic*, Quito, marzo-abril, 1990.

Páginas web visitadas:

Abad, Begoña, "Tecnooperceptivas de la sonoridad electrónica en la cibercultura", en <http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/abadal0403/abadal0403.html>

Al Zurich. Tercer encuentro de Arte Urbano. Tranvía Cero – Colectivo de Arte Contemporáneo, en <http://www.experimentosculturales.com/zurich-2005/zur-home-05.html>

Attali, Jacques, “Ruidos” en <http://www.eumed.net/cursecon/textos/2005/attali-ruidos.htm>

Arroyo, Alexandra, “El rock en el Ecuador. Historia y evolución”, en <http://www.monografias.com/trabajos11/rockecua/rockecua.shtml>

“CD falsos acaban con JD Feraud Guzmán. La casa cierra sus puertas agobiada por la creciente falsificación” en http://www.hoy.com.ec/sf_noticia.asp?row_id=156246

Del Pino, Daniel, “La discográfica Sony, condenada por sobornar a las radiofórmulas” en http://www.informativos.telecinco.es/sony/multa/cancion/dn_9229.htm

“En esto hago hasta \$100 diarios” en <http://www.hoy.com.ec/suplemen/blan352/negro1.htm>

Ema López, José Enrique, “Del sujeto a la agencia (a través de lo político), en *Athenea digital 2004*, disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num5/ema.pdf>

González, Juan Pablo, “Conclusiones” en <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>

“La piratería deja en la calle a 15 mil personas y produce pérdidas millonarias”, en <http://www.hoy.com.ec/suplemen/blan352/byn.htm>

Michelena, Esteban, “Cómo nacen los ídolos musicales?”, en <http://dinediciones.com/diners/254/desplegar.php?id=126>

Ochoa, Ana María, “El desplazamiento de los discursos de autenticidad: una mirada desde la música”, en <http://www.sibertrans.com/trans/trans6/ochoa.htm>

Palacios, Julia, “Memoria y rock. La historia oral como otra forma de grabación”, en <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>

“Políticas Culturales de Estado 2002-2012. Construyendo la nación desde la diversidad cultural” gobierno de Gustavo Noboa Bejarano, en http://www.lacult.org/lacult_en/docc/politcult_ecuador.doc

Vitale, Cristian, “Los productores hablan sobre su trabajo. La fábrica de chocolates” en <http://www.pagina12.com.ar/imprimir/diario/suplementos/no/12-1855-2005-09-01-html>