



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**Análisis del Subsistema de Creadores de la Música Independiente  
como integrantes del Sistema Complejo de Producción Cultural en  
México (2000-2020)**

**TESIS PROFESIONAL**  
**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**  
**AXEL MORA JUÁREZ**

**ASESOR:**  
**DR. ALEJANDRO GALLARDO CANO**  
**(FCPYS-UNAM)**

**Ciudad de México, Septiembre de 2021**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo y la conclusión de esta larga etapa de aprendizaje principalmente a mi madre, Alma Delia Juárez Bautista, quien ha sido el pilar de mi vida, una mujer a quien admiro y respeto por su valor y amor. Ella es la persona que me inspira para siempre enforzarme al máximo

Dedico también este esfuerzo a mi padre, Alejandro Agustín Mora Mazariegos, el hombre que me enseñó a enfrentar la realidad con valentía, dedicación y sabiduría;

a mi hermana y compañera de aventuras, Alexia Ailed Mora Juárez;

y a mi novia Laura Mildred Balderas Camba, por su apoyo solidario y por mostrarme que la realidad también puede ser arte.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco particularmente a mi profesor y amigo, Alejandro Gallardo Cano, por todas sus enseñanzas académicas y de vida. Mucho de lo que soy como profesionista es gracias a mi mentor.

Agradezco también a todos los profesores que aportaron sus conocimientos para mi formación; a mi familia, tía Mónica y Sandra, primos David, Brenda, Fernanda, Pamela y Paulina; a la familia Balderas Camba; y a mis amigos y compañeros musicales, quienes me han brindado su apoyo incondicional durante este proceso.

## **RECONOCIMIENTO**

Para la UNAM, mi segunda casa, por permitirme aprender, disfrutar y soñar.

A mis sinodales, por su apoyo y lectura de este trabajo.

## ÍNDICE

### **Análisis del Subsistema de Creadores de la Música Independiente como integrantes del Sistema Complejo de Producción Cultural en México (2000-2020)**

<b>Introducción</b>	4
<b>Capítulo I</b>	11
<b>Definición del problema de la música independiente en México</b>	
1.1 Investigación poco abundante	12
1.2 Superar el reduccionismo	15
1.3 Relevancia de la Producción Musical Independiente	16
1.4 Descripción de la problemática compleja: Esquema de Ishikawa	19
1.4.1 Factores y pre-factores del problema	20
1.4.2 Evidencias empíricas de los factores económicos	23
1.5 Sinergias entre factores	38
<b>Capítulo II</b>	46
<b>El Sistema de Producción Cultural en México como un Sistema Complejo (heterarquía fractal)</b>	
2.1 Sistemas Complejos	47
2.1.1 Breve recorrido histórico	49
2.1.2 Definición y propiedades de los Sistemas Complejos	53
2.1.3 Auto-organización, fenómenos emergentes, estructuras autopoieticas y resiliencia	59
2.2 Entorno transaccional (Supra-sistemas)	65
2.2.1 Supra-sistema económico	66
2.2.2 Supra-sistema político	84
2.2.3 Supra-sistema de la innovación tecnológica	108

2.3 La cultura y el Sistema Complejo de Producción Cultural en México	123
2.3.1 Subsistemas de producción cultural	129
2.3.1.1 Subsistemas de producción formales	130
2.3.1.2 Subsistemas de producción informales	132
<b>Capítulo III</b>	<b>134</b>
<b>El Subsistema autopoietico de creadores de Música Independiente en la CDMX (2000-2020)</b>	
3.1 El Subsistema de Creadores de Música Independiente como un sistema autopoietico	135
3.1.1 Definición del concepto de Música Independiente	139
3.2 Origen de la música independiente en México: Espacios de Estado	141
3.3 Consolidación del SCMI en dos fases (2000-2020)	144
3.3.1 El auge de la Web 2.0 y los medios digitales en México	146
3.3.2 Crisis y transformación de la industria musical	148
3.3.3 Estructura del Subsistema de Creadores de Música Independiente	151
3.3.3.1 Agentes sociales integrantes del SCMI	152
3.3.3.2 Redes y dinámicas de creación musical	167
3.3.3.3 Canales de comunicación	178
3.4 Prospectiva de la música independiente tras la pandemia mundial por CoVid-19	190
<b>Conclusiones</b>	<b>195</b>
<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>200</b>
<b>Anexos</b>	<b>211</b>

## INTRODUCCIÓN

La producción cultural independiente en México es una actividad poco valorada pese al gran número de personas que participan en ella y la gran cantidad de expresiones y productos artístico-culturales que se generan a diario en el país. Solo un pequeño número de productores culturales tiene el apoyo del sistema económico y político, lo que obliga al resto a encontrar y gestionar espacios propios para subsistir frente a un entorno desfavorable e inequitativo.

La mayoría de los artesanos, actores, artistas plásticos, escritores, fotógrafos, videastas, cineastas, y, por supuesto, músicos, se han visto obligados a generar redes de relaciones entre ellos para poder promover sus proyectos y continuar realizando sus actividades, incluso al grado de formar subsistemas independientes a los institucionales, con sus propias dinámicas y reglas de participación innovadoras, definidas dentro de un carácter resiliente y en suma adaptativo frente a las irritaciones de su entorno transaccional y contextual.

La presente investigación se centra particularmente en la comprensión del Subsistema de Creadores de Música Independiente como integrantes activos del Sistema de Producción Cultural en México, el cual involucra a un gran número de agentes sociales que interactúan y generan dinámicas propias que permiten la continuidad y supervivencia de su organización en el tiempo, ambas son categorías de análisis que se proponen por parte del autor quien las nombró de esta forma para facilitar su comprensión.

Un productor cultural se debe entender como una persona que dedica todas sus actividades y esfuerzos para la creación de productos culturales que se pueden manifestar en diversas áreas, desde la reproducción de tradiciones y costumbres, hasta la oferta de entretenimiento comercial, en los que se engloban disciplinas como la música, la danza, teatro, cine, fotografía, escultura, pintura, artesanía, curaduría, entre otras más. El Sistema de Producción Cultural en el que participan se describirá con mayor detenimiento a finales del Capítulo 3 de este trabajo.

La descripción de las redes y dinámicas de estos agentes, a partir de su categorización de acuerdo a los roles que ocupan, como músicos, productores, disqueras, medios de comunicación, artistas visuales, diseñadores, foros de ejecución, públicos, productores de videoclips, comercializadores de mercancía, etcétera, permitirá comprender la organización de las relaciones que establecen, y que las han ayudado, no solo a sobrevivir y adaptarse a un entorno adverso, sino a tornarse cada vez más resilientes<sup>1</sup>, robustos<sup>2</sup> y autopiéticos<sup>3</sup>, es decir, que generan estructuras novedosas relacionadas con la creación y promoción de mercados de música alternativos.

Lo anterior lleva a afirmar que el subsistema de creadores de música independiente es una organización emergente, que surge de la homeostasis<sup>4</sup> de intercambio de información constante entre sistema y entorno. El roce que ha mantenido desde sus inicios hasta las últimas dos décadas de este siglo con grandes corporativos y empresas que acaparan los recursos y medios de producción y difusión de la música, ha propiciado la creación de una estructura organizativa que les permite vivir de lo que saben y gustan hacer.

El punto nodal que se buscará explicar en la presente investigación está definido a partir de lo que Lara Rosano (2011) propone como problema: la discordancia entre lo ideal y lo real. En este sentido, el ideal –que en países desarrollados sí tiene lugar como Reino Unido, Francia, Alemania– es que existiera una estructura consolidada de producción musical independiente, entendida como el conjunto de actividades y procesos de creación musical que se llevan a cabo con recursos propios y que se distribuye por canales de difusión alternativos, en la que los agentes sociales participantes del subsistema pudieran tener acceso a los medios de comunicación

---

<sup>1</sup> La resiliencia es la capacidad que tienen las redes complejas para generar nuevas relaciones cuando alguna de sus relaciones previas se ha eliminado.

<sup>2</sup> La robustez es un fenómeno que ocurre dentro de las redes compleja, en el que un vínculo relacional, por su uso reiterativo, se fortalece y vuelve más estrecho.

<sup>3</sup> La autopoiesis refiere a una propiedad que posee todo sistema complejo para producir sus propios elementos/relaciones a partir de sus recursos internos.

<sup>4</sup> La homeostasis es un fenómeno que refiere al equilibrio energético o informático para garantizar un equilibrio dinámico al interior de un sistema complejo para que subsista en el tiempo.

y conseguir recursos económicos que les permitieran dedicarse de lleno a dicha actividad.

Por contrario, la realidad demuestra que los creadores de música independiente han tenido que subsistir aprovechando la generación sus propias estructuras que, si bien les permiten producir sus proyectos, las condiciones en las que se crean son deficientes, sobre todo en lo referente a los recursos económicos y a los recursos materiales con los que trabajan.

Los músicos profesionales, al igual que todo artista y grupo social generador de productos culturales en el país, se ven marginados y relegados por el dominio de agentes preponderantes que se han adueñado de los medios de producción y los canales de difusión para distribuir sus producciones comerciales. Con ello se ha reproducido una visión sesgada de lo que es la cultura en el país, pues dichas empresas, consorcios y corporativos actúan en sinergia con estructuras económico-políticas mundiales que promueven y privilegian el libre mercado y la libre empresa sobre la producción cultural local.

Este proyecto se aborda desde un paradigma de la ciencia que ha cobrado notoriedad en la investigación académica a nivel mundial, como lo es el Paradigma de la Complejidad. Los problemas sociales, desde esta novedosa óptica, son explicados de una manera más clara y abarcativa de la realidad, pues permite detectar sinergias<sup>5</sup> entre distintos factores que antes se planteaban de manera aislada.

Se comprenderá, pues, que la situación de la música independiente es una iteración fractal de la situación presente en otras disciplinas artísticas, y a la vez un asunto que es recurrente en países periféricos, como lo son los países de Latinoamérica.

En este sentido, no se puede tratar de explicar la producción cultural en México, si no se tienen en cuenta los sistemas del entorno que convergen y son parte del problema. Estos sistemas serán descritos y explicados en el desarrollo del trabajo

---

<sup>5</sup> La sinergia se comprende como la incidencia de una fuerza sobre otra, lo que hace que sus efectos se potencien.



con el fin de comprender el tema particular que nos atañe. Sistemas económicos, representados por grandes empresas, sistemas políticos, representados por instituciones gubernamentales y sus representantes, y sistemas de la innovación tecnológica, serán descritos durante la investigación para comprender la organización del subsistema de la música independiente.

La relevancia que tiene este trabajo radica en que busca describir y analizar un problema social de carácter comunicativo: la producción artística independiente, y en particular la musical en México. Se centra en las relaciones/interacciones y dinámicas que establecen los agentes del SCMI para generar y difundir sus productos, por lo que se examinarán los procesos de producción, el establecimiento de redes de diversos tipos y los canales comunicativos que emplean para continuar reproduciendo el subsistema a través del tiempo.

El objetivo general de esta investigación es describir y analizar las redes de relaciones y dinámicas de los creadores del Subsistema de la Música Independiente como integrantes del Sistema Complejo de Producción Cultural de México. Y se tienen como objetivos particulares definir el concepto de “música independiente” y categorizar a los agentes sociales del Subsistema de Creadores de Música Independiente, sus circuitos de ejecución, las dinámicas que llevan a cabo y los medios-canales de comunicación que emplean para desarrollar sus proyectos.

Se tomará como supuesto de investigación, o, como se define en la metodología clásica, hipótesis, que ante el acaparamiento de los medios de creación, producción y distribución de música en circuitos comerciales por parte de grandes corporativos y empresas nacionales y mundiales (industria musical, *majors*), y aunado a las limitantes de carácter jurídico, económico y material, los creadores de música independiente han generado un subsistema de redes de comunicación autopoiético y emergente que les permite mantenerse y sobrevivir dentro del Sistema Complejo de Producción Cultural en México.

Para el análisis de esta investigación, se enmarcó el periodo temporal comprendido entre el año 2000 y el 2020, debido a que aquí es donde se pudo ubicar el crecimiento en el desarrollo de tecnologías y canales de comunicación digitales que

favorecieron la creación de música independiente en México y les permitieron difundir sus proyectos sin tener que apegarse a las reglas definidas por la industria musical. Esto incrementó la cantidad de músicos pues abarató los costos de producción y promoción, a la par de que volvió más accesible el desarrollo de esta profesión. Esto se revisará particularmente hacia el final de este trabajo.

Las fuentes de información que nutren este trabajo son diversas: primero se recurrió a fuentes escritas como bibliografía e investigaciones previas sobre el tema, notas y crónicas periodísticas, sitios web, también se utilizaron materiales audiovisuales, observación de primera mano del autor in situ y se llevaron a cabo una serie de entrevistas a músicos independientes que se han desenvuelto en el SCMI y que conocen bien cómo operan las dinámicas para creación musical desde su experiencia.

El presente trabajo se planteará en dos fases analítico-descriptivas: la primera, será parte de un análisis teórico que fundamente la hipótesis de que se trata de un fenómeno social autopoiético (teoría de la complejidad), y la segunda, una descripción detallada del subsistema estudiado a partir de entrevistas realizadas a músicos con participantes activos y material documental de primera mano.

Cabe aclarar que esta investigación tiene un carácter de interés personal y, por ende, subjetivo, debido a que el autor está involucrado de manera directa con la SCMI como músico independiente debido a que posee una agrupación, ha tenido contacto con otros agentes involucrados, ha generado productos independientes y se ha desenvuelto en este arte desde los 15 años de edad; lo que suceda con el subsistema estudiado afecta de manera directa a sus integrantes, y condiciona las dinámicas que se llevan a cabo al interior.

A partir de un ejercicio de abstracción y al fungir como un observador de segundo orden (Von Foerster, 1979), quien escribe puede identificar mejor los problemas que atañen al sistema abordado, pues ha estado involucrado con los agentes sociales de manera personal. En cuestión metodológica, esto resulta ventajoso para la

investigación, pues existe una mayor cercanía con el objeto de estudio y las explicaciones que de aquí emanen serán de primer y segundo orden.

La investigación se divide en tres capítulos: capítulo I: Definición del problema de la música independiente en México, capítulo II: El Sistema de Producción Cultural en México como un Sistema Complejo (heterarquía fractal) y por último, capítulo III: El Subsistema autopoietico de creadores de Música Independiente en la CDMX (2000-2020).

En el capítulo I se hará una descripción de los múltiples factores que anteceden al problema que enfrenta la música independiente en México sobre la escasa y deficiente estructura para generar productos culturales, utilizando como recurso metodológico el Esquema de Ishikawa o de “Espina de pez”.

En el Capítulo II, al comienzo, se plantean las bases del paradigma Teórico-metodológico de los Sistemas Complejos, para posteriormente llevar a cabo un análisis de los Supra-Sistemas Económicos, Políticos y de la Innovación Tecnológica que se ubican en el entorno transaccional y contextual del Sistema de la Producción Cultural en México, y las formas en que se afectan mutuamente y se acoplan estructuralmente, y, por último, se describe la organización del Sistema de Producción junto con sus subsistemas formales e informales.

Por último, en el capítulo III se ofrece un acercamiento a los conceptos de autoorganización, emergencia y autopoiesis, se muestra un breve recorrido histórico para los Espacios de Estados por los que transita el Subsistema de Creadores de Música Independiente, para, posteriormente, categorizar a los agentes que los componen, sus dinámicas de organización y operación y los medios de comunicación que utilizan para promover sus productos musicales, y se culmina con una prospectiva de la situación de la música independiente en el país tras la situación de la pandemia mundial de la CoVid-19.

Cabe mencionar que la presente investigación, por cuestiones personales de quien escribe, tuvo un periodo de observación y análisis bastante prolongado de tres años aproximadamente. Más allá de ser una desventaja, esta situación se comprende

como una fortaleza, pues durante este periodo de tiempo, se pudieron presenciar diversas transformaciones que nutrieron el panorama del investigador, y brindaron cierta madurez académica sobre el proceso de investigación.

Establecido lo anterior, a continuación, se presenta el cuerpo de la investigación.

# **Capítulo I: Definición del problema de la música independiente en México**

## **CAPÍTULO I: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA MÚSICA INDEPENDIENTE EN MÉXICO**

La problemática que enfrentan los músicos independientes tiene un carácter multi-causal, por lo que, para ofrecer una visión organizada de los múltiples factores que han llevado a que el subsistema de música independiente se estructure de tal manera, en este capítulo se hará uso del diagrama propuesto por Kaoru Ishikawa (1997), también conocido como “espina de pez”, con el que se detallarán los factores y pre-factores que convergen en el problema. Se recurrirá a una versión del diagrama actualizada por Gallardo Cano, ya que aporta la idea de que existen sinergias entre factores que ayudará a definir qué agentes sociales e instituciones han contribuido a que la organización de la música independiente se haya dado de cierta forma particular.

Sin embargo, antes de iniciar la explicación del esquema, se plantea el contexto de investigación que rodea al presente trabajo.

### **1.1 Investigación poco abundante**

El primer aspecto problemático que aspira a encarar la presente investigación es la baja abundancia de trabajos académicos centrados en el tema de la música independiente en México. Para iniciar esta investigación, se llevaron a cabo búsquedas en los sitios de las bibliotecas de universidades públicas y privadas de México, como la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Iberoamericana, la Universidad Claustro de Sor Juana, y los resultados arrojados al buscar las palabras “música independiente”, “músicos independientes”, “escena musical independiente”, “rock independiente”, se reducía a 2 o 3 resultados.

Por otra parte, se recurrió al buscador de *Google academic*, y la mayoría de los resultados refieren a investigaciones realizadas en Argentina o España, información útil para la construcción conceptual, pero que se encuentra alejada de la realidad de los músicos mexicanos.

Se hizo la consulta de bibliografía especializada y destacó la obra de cuatro autores mexicanos que fueron clave para el desarrollo de este trabajo: Julian Woodside, Maritza Urteaga, María del Carmen de la Peza y Christian Torres Ozuna, quienes han aportado la información más actualizada sobre este tema.

Los estudios relacionados con expresiones culturales de carácter urbano siempre han sido calificados como poco serios y por lo mismo son relegados o ignorados (De la Peza, 2013), pese a que las manifestaciones culturales involucran a un gran número de agentes sociales y son, además, formas de vida peculiares, en algunos casos conservada por varias generaciones en un grupo considerable de familias, clanes o agrupaciones sociales. Se trata de una práctica social muy recurrente en México, que involucra individuos, grupos y estratos sociales que tienen extensas redes de relaciones que a su vez involucran a más sectores de la sociedad, como son las instituciones políticas, las económicas y, por supuesto, las artísticas llamadas “formales”.

Como ejemplo de lo anterior tenemos el trabajo de Macías (2016), quien, basado en distintos autores, entre los cuales destaca De la Peza (2013), identifica cuatro aproximaciones de estudios realizados en esta materia en el contexto nacional: la crónica periodística, los acercamientos históricos, los trabajos sociológicos que parten de la crítica a la cultura de masas y, finalmente, los estudios culturales-antropológicos sobre la juventud.

Esta categorización de estudios realizados en la materia ofrecida por esos autores permite vislumbrar la falta de investigación académica desde perspectivas no reduccionistas, es decir, que no focalicen el problema como algo aislado y por lo tanto susceptible de ser solucionado por vías convencionales, como son los subsidios, la “tolerancia” (hacer como que no existe) o el “maiceo” (ofrecer a la comunidad de músicos los excedentes o porciones ínfimas de algún presupuesto). Son expresiones que describen la poca seriedad con que se mira al problema, derivada de su mala comprensión y de su trascendencia para una sociedad.

Dentro de esa exploración apenas destacan algunos trabajos, como los que se comentan brevemente a continuación:

La tesis de maestría de Yolanda Beatriz Macías Solís, doctorante de la UNAM, titulada *Sobre los músicos de rock en la Ciudad de México. La generación digital y sus habitus*, que aborda a la escena musical del rock, centrándose en el rock independiente, desde la propuesta teórica del sociólogo Pierre Bourdieu y recuperando específicamente el concepto de *habitus* en las prácticas de los músicos de rock. Este trabajo resulta de mucha ayuda para la presente investigación pues señala ciertas instituciones, espacios, actores sociales y dinámicas de relaciones identificadas a partir de entrevistas a músicos y visitas de campo a sus sitios de trabajo.

También es notable el trabajo de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM, de Erika Arias Franco (2012), titulado *Las identidades juveniles urbanas ante la industria cultural: el consumo de música independiente*, investigación centrada en los aportes de la Escuela de Frankfurt y en el consumo de la música por parte de ciertas audiencias, desde una óptica de “lo independiente” que se erige así como una respuesta contestataria a las grandes industrias; una postura que será examinada en esta investigación.

Se localizó también la tesis de maestría en bibliotecología, UNAM, de Julio Zetter Patiño (2015), titulada *El papel de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la organización y difusión de la música independiente en la Ciudad de México*, centrada en las nuevas formas de producción musical digital que se abrió a los músicos con la llegada de las “nuevas tecnologías” que tienen soporte en la internet y sus respectivos canales. Se retomará parte de esta investigación para rescatar una propuesta de categorización de distintos canales digitales que ocupan los músicos independientes en la actualidad y que el autor puntualizó de manera clara.

Por último, se ubicó el trabajo de maestría en Ciencias sociales y humanidades. UAM, de David González Tolosa, titulado *La música como texto, el indie como*



*subcultura. Un acercamiento desde la Teoría subcultural, a la Escena Indie en México a partir del análisis de dos revistas: Marvin e Indie Rocks!*, el cual trata de construir el concepto de lo independiente a partir del discurso generado por dos medios de comunicación especializados en música de esta área.

## **1.2 Superar el reduccionismo**

Si bien existen trabajos que asumen una perspectiva estrictamente comunicativa, como los brevemente reseñados, no abordan a la música independiente como un proceso social que tiene características peculiares y lo distinguen de otros, ni describen con acuciosidad las dinámicas que dan sustento y continuidad a ese proceso social.

De ahí que se insista acerca de la visión reduccionista de tales trabajos (a pesar de que algunos de ellos emplean enfoques “culturalistas” o etno-sociológicos), que se empeñan en ver al asunto central como algo que es de muy reciente aparición, y desconectado de un entorno político-económico y cultural de orden local, glocal<sup>6</sup> y global. Es decir, que no es un asunto ajeno a la transformación convulsiva que opera en el mundo entero: las dinámicas de la llamada globalización neo-liberal.

Como expone la teoría de los Sistemas Complejos, ningún proceso social surge de la nada, tienen más bien una continuidad histórica que es preciso establecer para realizar toda investigación; es decir, se trata de una investigación diacrónica, no sincrónica. De ahí que en el presente trabajo se haya enmarcado el subsistema bajo estudio en un espacio de estados (Lara Rosano, 2018) que delimitan la existencia del sistema a un periodo específico, del año 2000 al 2020, debido a que es en este lapso donde autores como Woodside y Jiménez (2012) y Macías (2016) ubican el desarrollo de una nueva generación de músicos quienes, al menos en México, se apoyaron en los recursos tecnológico-digitales para construir nuevas formas de hacer y distribuir su música.

---

<sup>6</sup> Lo Glocal es una categoría que hace referencia al entrecruce entre el contexto local y global, así como las manifestaciones resultantes de esta interacción.

Esta investigación busca dar explicación a un problema que tiene múltiples factores, además de un gran número de elementos que interactúan y generan transformaciones no lineales.

### **1.3 Relevancia de la Producción Musical Independiente**

¿Qué le da relevancia a esta forma de creación artística? ¿Por qué se afirmó al inicio de este capítulo que el desdén por atender los problemas que la obstaculizan compromete el desarrollo pleno de toda sociedad?

El origen del concepto de *arte independiente* es borroso debido a que no se podría plantear cuándo surgió por vez primera. Se podría tomar como punto de referencia la aparición de las primeras exposiciones organizadas por grupos de artistas que dado el contenido de sus obras o lo novedoso de sus técnicas fueron rechazados por las instituciones de arte oficial en Francia a finales del S.XIX.

Pese a que en la historia de la humanidad han existido infinidad de artistas que se desarrollan al margen de las grandes instituciones, es por esas fechas cuando conglomerados como la *Société des Artistes Indépendants* (Sociedad de los Artistas Independientes, 1884) comienzan a cobrar notoriedad como grupos de producción artística fuera de la formalidad y de los estándares. Las vanguardias de comienzos del S.XX, como el dadaísmo, el cubismo, el surrealismo, entre otras, retoman estos primeros ideales para dar sentido a sus movimientos.

Lo primero que buscaban dichos artistas era producir y exhibir sus obras sin la necesidad de ajustarse a los cánones ni requerimientos exigidos por las instituciones formales de arte. Entre estos grupos se comienzan a gestar producciones artísticas más propositivas y novedosas como consecuencia directa de la libertad creativa lejos de los cánones establecidos. Los contenidos de las obras no están determinados por ninguna estructura externa y la expresión de las ideas se da sin restricción. Es a partir de estos núcleos que el arte se renueva y también se abre la puerta para que más personas puedan acceder a esta actividad.

Algo similar ocurre con la música independiente. El *indie*, como forma peculiar de producción musical caracterizada por organizaciones de muy bajo presupuesto,

tiene su auge a finales de la década de 1980, cuando los músicos decidieron trabajar en conjunto con pequeñas disqueras de amigos o conocidos. Aunque cabe puntualizar que su origen no se encuentra en este espacio temporal, ya que desde los años 50 en Estados Unidos, diversos músicos de blues ya grababan sus canciones con grabadoras y equipo antiguo, sin embargo, esta dinámica no tenía la intención de difusión masiva que se había conseguido en décadas posteriores.

El *indie* se influenció directamente de un movimiento previo ocurrido también en Inglaterra bajo la consigna de *Hazlo tú mismo* (DIY) heredada de las comunidades *punk* de los 70s –seguidores a su vez de los dadaístas–. La cultura del *DIY* se debe entender como un conjunto de ideas -muchas veces consideradas “anti sistémicas”- que proponen hacer frente al consumismo mediante el empleo de materiales accesibles y la generación de productos sin acudir a ningún especialista, con el objetivo de ser autosuficientes y autogestivos. Muchos punks de los 70s tomaron estas ideas como propias y produjeron música que se encontraba lejos de los estándares de calidad sonora, con una estética descuidada, en la que se privilegiaba el mensaje de producir sin ayuda de la industria.

Estos y otros movimientos no han cesado de nutrir formas independientes de producción musical cuya característica principal es la no adhesión a las grandes disqueras y productoras cuya forma de operar es controlar el mercado.

Los músicos independientes encuentran en esta forma de producir libertad para expresar sus ideas, vestir, construir su imagen fuera de las convenciones de la industria y componer sin limitantes de contenido de corte político, ideológico o moral; productos que han generado numerosos públicos, sobre todo entre jóvenes.

Artistas y músicos independientes consiguen sus propios recursos económicos y materiales mediante los vínculos que establecen con otros organismos independientes, como lo son disqueras, foros, maquiladoras de mercancía y diseñadores, debido a que no se ajustan a los requerimientos de la industria musical dominante.

Si se toma en cuenta que los creadores de música independiente generan su propio mercado para subsistir, entonces se debe destacar que han conformado redes para seguir produciendo y que, a su vez, las instituciones con las que se relacionan están afectadas por su contacto con otras agrupaciones periféricas. El crecimiento de la “industria” musical independiente involucra a un gran número de trabajadores, consumidores y sectores del mercado que de esta actividad han hecho una forma de vida.

Como una síntesis de las anteriores ideas sobre la importancia de la producción musical independiente se enlistan las siguientes características:

- Permite una mayor libertad creativa de los artistas,
- Sirve como medio de expresión no restringida a cánones comerciales
- Permite la renovación de corrientes artístico-musicales
- Ofrece una apertura a que más personas asuman a la música como forma de vida
- Genera sus propias fuentes laborales y circuitos de distribución

#### **1.4 Descripción de la problemática compleja: Esquema de Ishikawa**

En México la situación se torna adversa debido a que muchas de las estructuras en la producción musical independiente, que en países como Inglaterra o Alemania funcionan de manera óptima, aquí escasamente permiten que la actividad de los músicos y los creadores se desarrolle de forma plena debido a una gran cantidad de restricciones.

La siguiente es una relación incompleta de los problemas específicos que enfrenta la producción de música independiente en México y que se deriva de una aplicación del diagrama de Kaoru Ishikawa (1997); se asume en este trabajo que es una problemática compleja, porque se trata de una realidad que surge a partir de múltiples factores y cada uno de ellos tiene un origen distinto; como se verá, los hay de naturaleza política, económica, comunicativa, técnica o ideológica, entre otras,

lo que equivale a decir, que al definir el problema como todas aquellas circunstancias que obstaculizan la realización de un estado ideal (Lara Rosano/Gallardo, 2018), demandan en consecuencia de respuestas o soluciones multi dimensionales o transdisciplinarias.

Con el fin de brindar una claridad al problema por analizar, los factores y pre factores se enlistarán a continuación organizados en cuatro categorías: económicos, económico-políticos, políticos e ideológico-educativos.

### **1.4.1 Factores y pre-factores del problema**

#### **Económicos**

F1.- Acaparamiento de los canales de comunicación por parte de corporativos que no permiten que los músicos independientes difundan sus proyectos y que privilegian la promoción de música de artistas consolidados.

F2.- Existen pocas estaciones de radio y de televisión dedicadas a la difusión de la música independiente.

F3.- Existen foros para presentaciones controlados por músicos consolidados o empresarios, quienes determinan qué bandas pueden presentarse en sus lugares mediante una decisión arbitraria, la venta de boletos o el pago directo por parte de los músicos para usar el lugar.

F4.- Los estudios de grabación que existen tienen equipo de calidad media o mala, generan productos de audio de baja calidad y los costos de grabación son altos.

F5.- El costo de los equipamientos electrónicos, así como de los instrumentos musicales, es inusualmente elevado en México.

#### **Económico-políticos**

F6.- Empresarios de la industria prefieren darle espacio a proyectos musicales ya consolidados o extranjeros para garantizar su ganancia económica y no dan espacio a los músicos emergentes mexicanos.

F7.- No existe un tabulador de salarios para músicos o artistas. La remuneración económica que se da por la actividad de creación musical es baja, los pagos no están garantizados, de tal manera que se pueden presentar tres situaciones: no reciben pago, el pago se realiza en sustancia o reciben un pago bajo.

#### **Políticos**

F8.- El sindicato de músicos de México es deficiente y no garantiza la protección de los músicos independientes.

F9.- No hay una estructura jurídico-burocrática que facilite el registro y garantice la protección de derechos autorales a nivel nacional e internacional. Los reglamentos que existen son deficientes.

F10.- La legislación respecto a los creadores de música es deficiente y no protege los derechos de las personas que se dedican a esta actividad.

### **Ideológico-educativos**

F11.- No existe una cultura del registro de derechos autorales entre los creadores de música independiente.

F12.- Existe un bajo consumo de la música independiente frente a la música industrial.

F13.- El trabajo de los creadores de música independiente es demeritado y no se considera como una actividad profesional digna ni seria.

F14.- Los músicos independientes no reconocen su actividad como digna y profesional.

F15.- La formación en cuanto a educación y producción musical por parte de músicos independientes es deficiente.

F16.- El uso de recursos digitales para generar sus proyectos por parte de los músicos independientes se realiza de manera intuitiva y con poca reflexión.

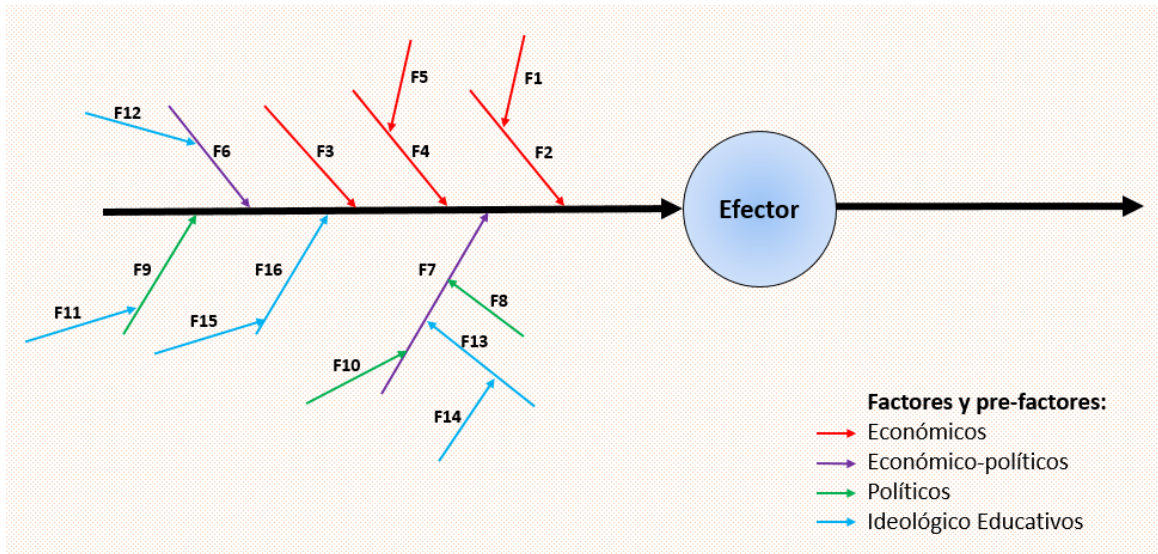


Fig. 1 Esquema de Ishikawa de la problemática del SMI, elaboración propia.

Como se puede apreciar en el esquema anterior, existen pre-factores que se suman a factores directos, lo cual genera consecuencias amplificadas y crece la magnitud del problema. En este trabajo se realizó un listado de 16 factores, sin embargo, el esquema ofrece la posibilidad de ir más atrás en cada uno de ellos para descubrir elementos anteriores que propician la situación actual.

Cada uno de los factores y pre-factores mencionados están sustentados en información documental recabada en diversos textos periodísticos, artículos y entrevistas a creadores de la música independiente, además, por supuesto, de la experiencia que ha tenido el autor del presente trabajo como un músico independiente activo en el sistema.

A continuación, se elaborará una descripción puntual de los factores de carácter económico sustentada en evidencias empíricas, con el fin de ofrecer una visión más clara sobre la prominencia del problema abordado en esta investigación. La selección de esta categoría, sobre las otras, no determina su importancia, solo que permite señalar actores y situaciones implicadas en el resto de las categorías, como se verá más adelante.



## 1.4.2 Evidencias empíricas de los factores económicos

### F1: Acaparamiento de los medios de comunicación colectiva

En México existe un acaparamiento de los canales de comunicación de difusión colectiva por parte de corporativos y grupos empresariales quienes no permiten el acceso de los músicos independientes para la promoción de sus proyectos y además privilegian la promoción de la música de artistas consolidados con propuestas comerciales. Estas empresas están establecidas en diversas ramas que se pueden clasificar de la siguiente manera: televisoras, radiodifusoras, medios impresos, productoras de música y organizadores de eventos musicales.

La oferta de televisión abierta, después de haber transitado en el 2016 a la señal digital, quedó estructurada en 16 canales que le corresponden en su mayoría a empresas privadas. Liliana Corona (2016) en un artículo para la revista Expansión elabora un cuadro que señala a los concesionarios que quedaron a cargo de los canales de televisión, entre los cuales se encuentra Grupo Televisa con cuatro canales, Tv Azteca con tres canales, Grupo Imagen Multimedia con dos canales y Multimedios Monterrey con un canal, cada uno con sus respectivas repetidoras a nivel nacional. Diez de los dieciséis canales están gestionados por el sector privado, quienes, consecuentemente, priorizan la difusión de contenidos que garanticen una ganancia económica sobre cualquier otro.

Concesionario	Canales de Tv Abierta
Grupo Televisa	Canal 2.1 De las estrellas Canal 4.1 Foro TV Canal 5.1 Canal 5 Canal 9.1 Gala TV
Tv Azteca	Canal 1.1 El trece Canal 7.1 Azteca 7 Canal 40.1 Adn 40
Grupo Imagen Multimedia	Canal 3.1 Imagen Televisión Canal 28.1 Excelsior TV
Multimedios Monterrey	Canal 25.1 Multimedios Monterrey

\*Cuadro de elaboración propia

Los dos casos de grandes empresas mayormente estudiados en el ámbito de las telecomunicaciones son el de Grupo Televisa y Tv Azteca. En México existían hasta el año 2018, 571 estaciones de televisión, 16 de ellas en la Ciudad de México y 555 en el resto del país, de las cuales 255 pertenecen a Grupo Televisa y 177 pertenecen a TV Azteca, según datos citados en el portal de noticias Opportimes.com, obtenidos de Grupo Televisa.

Más de la mitad de canales se concentra en tan solo dos empresas, y el resto está repartido entre los concesionarios privados del cuadro anterior y las instituciones de carácter público. La gran cobertura que tienen dichas empresas a nivel nacional se da debido al gran número de repetidoras. El contenido difundido se repite y tiene alcance de cobertura casi total, del cual se hablará en seguida.

Raúl Trejo Delarbre (2011:79) ofrece el ejemplo del Canal 2 “De las estrellas” para hablar sobre el tema de los contenidos de las televisoras, y apunta que el 40% de su tiempo lo ocupa en telenovelas, el 25 % en noticieros y el resto en programas de concurso y series cómicas. Dicho contenido ha sido el mismo, con diversos nombres, desde la fecha de publicación del artículo referenciado hasta el año actual 2018.

Cuando a finales de 2016 el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) abrió la licitación para un nuevo canal de televisión, se planteó que en dicho espacio los nuevos concesionarios podrían difundir contenido con una propuesta diferente a lo ofertado por las cadenas dominantes, sin embargo, no resultó como se preveía. Canales como Imagen Televisión o Multimedios Monterrey continúan produciendo contenido similar en formato y temática al de su competencia ya conocida.

Para actualizar las cifras anteriores, en el presente trabajo se realizó un sondeo de las distintas programaciones de cada canal perteneciente a empresas privadas en televisión abierta con el fin de vislumbrar el tiempo que invierten en formatos o contenidos de sus programas, a fin de resaltar, en segunda instancia, que ninguno de ellos promueve algún tema cultural o artístico.

A continuación, se muestran unos cuadros separados por canal, que exponen el tipo de contenido, cuánto tiempo le dedican y qué porcentaje de tiempo le corresponde en la programación de un día de la semana.

## Grupo Televisa

Canal 2 De las Estrellas		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Telenovelas	6	25
Revista	5	20
Publicidad/Infomerciales	4.5	19
Noticieros	4	16
Series/Animadas	3	13
Reality Shows	1.5	7
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <http://www.lasestrellas.tv/programacion/>

Canal 4 Foro TV		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Noticieros	12.5	52
Revista	7	30
Publicidad/Infomerciales	4	16
Reality Shows	.5	2
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <https://mi.tv/mx/canales/canal-4-foro-tv/>

Canal 5		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Animadas	13.5	56
Series	5.5	23
Publicidad/Infomerciales	3.5	15
Reality Shows	1.5	6
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <https://mi.tv/mx/canales/xh-gc-canal-5/>

Canal 9 Galavisión		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Publicidad/Infomerciales	9.5	40
Telenovelas	6.5	27
Reality Shows	2.5	11
Película	2	8
Series	2	8
Revista	1.5	6
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <https://mi.tv/mx/canales/galavision>

En el caso de Grupo Televisa, la mayor parte de la programación de sus canales se centra en Telenovelas, a las cuales les dedica en el Canal 2 una cuarta parte del día y en el canal 9 más de la cuarta parte de su tiempo. Las telenovelas pueden ser nuevas producciones o repeticiones de producciones pasadas.

Lo siguiente en su oferta son los programas tipo Revista, en los que se incluyen emisiones dedicadas a temas de la farándula, a la opinión deportiva, política, o a la doctrina religiosa. El canal dos le dedica el 20% de su programación al día, el canal 4, el 30%; y el canal 9, el 6%. Ninguno de estos productos presenta temas culturales o sobre arte, si acaso se llegan a hacer menciones sobre libros publicados por escritores populares o sobre músicos comerciales pertenecientes a su misma industria.

Los noticieros también ocupan gran parte de la programación diaria. El canal 2 le otorga un espacio del 16% de su programación, mientras que el canal 4, el 52%, la mitad de su programación se invierte en noticias, temas de actualidad, y sucesos de relevancia nacional e internacional, definidos por una agenda de información.

Por último, como caso notable, se encuentran los espacios en la programación designados para Publicidad e Infomerciales, que se dividen entre los promocionales de la empresa de productos “novedosos” Inova y la empresa Infomax. En promedio, Grupo Televisa le dedica el 22.5% de la programación de todos sus canales a la publicidad directa, sin contar los espacios de comerciales entre los demás

programas. Estos bloques se encuentran programados durante la madrugada, práctica que se repite en las próximas empresas por revisar.

## TV Azteca

Canal 1 El Trece		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Revista	7.75	33
Publicidad/Infomerciales	5.5	23
Noticieros	4.75	20
Reality Shows	3	12
Telenovelas	2	8
Series	1	4
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <https://mi.tv/mx/canales/azteca-13/>

Canal 7		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Animadas	6	25
Publicidad/Infomerciales	5.5	23
Reality Shows	5	21
Revista	3.75	15
Películas	1.75	8
Series	1	4
Noticieros	1	4
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <https://mi.tv/mx/canales/azteca-7/>

Canal 40 ADN 40		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Noticieros	14.5	60
Publicidad/Infomerciales	5	21
Revista	4.5	19
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <http://www.adn40.mx/programacion/>

En el caso de Tv Azteca, empresa televisora perteneciente al grupo Salinas, el formato de Revista es el que tiene mayor recurrencia en su programación. Canal 1 “El Trece” le dedica el 33% de su espacio, Canal 7, el 15%; y Canal 40, el 19%. El 22.3% del total de sus contenidos de la televisora se emplea en programas de opinión política y deportiva, miscelánea, entrevista a actores y actrices de la industria y acontecimientos personales de la vida de personas dedicadas al espectáculo.

Al igual que en el caso de Grupo Televisa, en Tv Azteca los noticieros ocupan un amplio espacio. En promedio, el 28% de su programación lo dedican a este tipo de contenido, el cual en su mayoría se duplica con los noticieros de la televisora ya mencionada.

Sin duda, habrá que destacar el papel de los Reality Shows, en su mayoría, programas de concursos patrocinados por empresas automotrices o de alimentos o bien simulaciones de juicios penales. Casi una décima parte está dedicada a este tipo de programas, en los que se apoyan de otras empresas de otras ramas para generar ganancias económicas por medio del patrocinio.

Por último, al igual que con la televisora anterior, los programas de Publicidad e Infomerciales ocupan gran parte de la oferta. Una quinta parte del total de su programación es vendida a la empresa farmacéutica *Similares* o a diversas marcas que promocionan sus productos en venta por llamada.

### Grupo Imagen Multimedia

Canal 3 Imagen Tv		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Series	6.5	27
Revista	5.25	22
Noticieros	4.75	20
Publicidad/Infomerciales	4.5	19
Telenovelas	3	12
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en

<http://www.imagentv.com/PROGRAMACION>

Canal 28 Excelsior TV		
Tipo de programa	Duración en horas	%
Noticieros	11.5	48
Publicidad/Infomerciales	8	33
Revista	4.5	19
Total	24	100

\*Cuadro de elaboración propia a partir de información obtenida en <https://mi.tv/mx/canales/cadenatres/>

El último caso revisado es el de Grupo Imagen Multimedia. La empresa dedica el 34% de su programación a Noticieros, el 20.5% a contenidos de Revista, y el 26% a Publicidad. Pese a que esta empresa ganó sus concesiones hace poco tiempo, relativamente, sus contenidos no son diferentes a los que ofrece su competencia. La necesidad de difundir productos que garanticen un público consumidor más o menos constante los lleva a dar espacio a fórmulas ya probadas que sean económicamente redituables, en vez de apostar por propuestas nuevas, no se diga culturales o artísticas.

En los tres casos abordados, los programas de Series, Animadas y Películas, también ocupan espacio en las barras. En promedio Grupo Televisa les dedica el 23% de su programación al día, TV Azteca, el 13%, y Grupo Imagen Multimedia, el 13.5%. En el caso específico de estos productos, en su mayoría son comprados a productoras extranjeras, estadounidenses, canadienses o latinoamericanas. Solo una mínima parte fue producida en México, generalmente sobre contenidos de comedia.

En los programas donde llegan a tratar temas artísticos o específicamente de música, se habla sobre personas ya consolidadas en la industria, ya sea porque tienen muchos años en el medio, como el caso de *Alex Lora*, *Café Tacuba* y *Zoé*, por ejemplo, o bien, porque se encuentran insertos dentro de las dinámicas de producción musical comercial, involucrados con empresas que están conectadas con las televisoras. Como ejemplo están todos los músicos o intérpretes que tocan

géneros como el pop, rock pop, reggaetón o norteño que se escuchan, son entrevistados o se promueven sus eventos en dichos espacios.

Por supuesto, el contenido difundido por las televisoras no solo se reproduce en sus distintas repetidoras, sino que además se promueve con soporte en diferentes canales de comunicación, como los son estaciones de radio, revistas impresas, periódicos, y ahora en plataformas digitales de transmisión en vivo y streaming.

Cuando autores como Raúl Trejo Delarbre (2011, 2017), Javier Esteinou (2000), Brisa Solís (2009) Juan Enrique Huerta y Rodrigo Gómez (2013), afirman que en México se han conformado “monopolios” de comunicación entre las dos empresas mejor posicionadas, Televisa y Tv Azteca, no hacen referencia a que son las únicas empresas existentes –como el prefijo *mono* lo indica– sino más bien, a que han forjado redes económico-políticas en consonancia con otras empresas e instituciones para acaparar el mercado de las comunicaciones por distintos canales.

Si son estas dos empresas quienes tienen más recursos económicos y tecnológicos, además de mejores contactos, por ende, son quienes tienen mayores posibilidades de crecer sus redes de relaciones, hacerse de medios de comunicación, adquirir concesiones y difundir sus contenidos e ideología con un mayor rango de alcance.

## **F2: Escasos canales de difusión para la música independiente en medios tradicionales**

El hecho de que se haya expuesto que existe un acaparamiento de los canales de comunicación colectiva, no restringe la posibilidad de que existan espacios para la difusión de la música independiente en los medios tradicionales. La cuestión por plantear es que dichos espacios son pocos para la alta demanda y el gran número de músicos y proyectos que existen en el país.

En la televisión y en la radio existen canales y estaciones que dan cabida a propuestas musicales emergentes. Sin duda, se debe destacar que en su mayoría provienen de instituciones públicas como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Politécnico Nacional (IPN), Universidad Autónoma



Metropolitana (UAM), el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y el Gobierno de la CDMX.

Son dos los canales que brindan espacio es su programación en la televisión abierta a la música independiente. El primero es Canal Once (Canal 11) del IPN que los fines de semana transmitía un programa llamado *Central ONCE*, de cuatro horas de duración (de las 17 a las 19hrs sábados y domingos). El programa se encontraba dividido en apartados, donde se llegan a mostrar videos de músicos independientes, reseñas de nuevos discos, entrevistas a expertos y artistas, y se tocan temas de interés para jóvenes.

Un tiempo en este programa se incluyó una serie-documental conocida como Especiales Musicales de Canal Once (EMCO), en la que se mostraba la trayectoria de algún proyecto musical, entrevistas a los integrantes y una presentación de la banda grabada en vivo en estudio. Se produjeron cuatro temporadas de 2013 a 2015. En la actualidad ya no se encuentra vigente, pese a que ofrecía una gran oportunidad para conocer bandas independientes con una mayor cercanía. En total se presentaron 50 bandas, incluidos músicos de amplia y corta trayectoria (Central Once, 2018). En la actualidad, estas presentaciones se realizan por medio de *livestreaming* en las redes sociales digitales del canal, cuestión que se abordará en el tercer capítulo de este trabajo.

El segundo caso es canal Capital 21 (Canal 21), gestionado por el Gobierno de la CDMX. El programa se llama *Tu ciudad es* y se transmite de lunes a viernes de las 21 a las 22 horas; es una revista que algunos días ofrece una sección titulada “Musical” donde se pueden presentar agrupaciones independientes de diversos géneros. El acceso al espacio está restringido a bandas que tengan algún contacto con un miembro de la televisora (Capital 21, 2018).

La televisión, por tanto, no resulta un espacio que apoye las propuestas del arte independiente, pues las televisoras que tienen intenciones de difundir contenidos culturales se encuentran con limitantes de tiempo y recursos económicos.

En la radio se presentan seis estaciones dedicadas a difundir música independiente entre su programación: Ibero 90.9 de la Universidad Iberoamericana, Uam Radio 94.1 de la UAM, El Politécnico en Radio 95.7 del IPN, Radio UNAM 96.1 de la UNAM, RMX 98.5 de Grupo Imagen Multimedia y Reaktor 105.7 del IMER.

De 30 estaciones oficiales que existen en la radio mexicana, pertenecientes a instituciones públicas y privadas, solo seis de ellas le brindan espacio a la música independiente. En las radiodifusoras mencionadas, exceptuando el caso de Reaktor e Ibero, no todo su contenido está dedicado a promocionar agrupaciones independientes, pues además deben dividir su tiempo para hablar de diversos temas.

Las bandas independientes mexicanas además deben competir con la música extranjera, mayormente difundida en estaciones como Reaktor e Ibero. Los encargados de decidir qué bandas van a ser difundidas es dichas estaciones dan prioridad a agrupaciones que paguen una cuota para ser difundidos (payola). De esta manera, no podemos afirmar que la radio resulte ser el medio idóneo para que los proyectos musicales independientes puedan ser difundidos.

### **F3: Foros de presentaciones controlados por músicos consolidados o empresarios**

Los foros que podrían ocupar los músicos para presentarse y tener un acercamiento a nuevos públicos pertenecen a personas económicamente posicionadas, muchas veces músicos integrantes de bandas consolidadas en la industria. Dichos foros funcionan como negocios bares o cafés, y obtienen mayores ganancias de la venta de productos como comida o alcohol, además del *cover* (tarifa) que cobran a sus asistentes. Buscan garantizar a toda costa su rentabilidad, por lo que los espacios de días más concurridos se le ofrecen a músicos independientes que ya se han hecho de un nombre en el circuito.

Denisse Espejel (2011) en una nota titulada “Los 7 mejores foros concierteros”, para la revista Chilango, reseña foros para conciertos en la Ciudad de México. Del artículo destacan los siguientes espacios: Teatro Chino de Six Flags, perteneciente

a la cadena estadounidense-canadiense Six Flags, Inc; El Imperial, bar de Atto Attie de *Atto & The Majestics*; Bulldog Café, de Rafael Villafañe solista y empresario; José Cuervo Salón, de Juan Francisco Beckmann, empresario multimillonario de la tequilera del mismo nombre; Centro Cultural España, de la Cooperación Española y la Embajada de España, además de otros que se mencionarán en el tercer capítulo.

Los foros para que los músicos se presenten exigen requerimientos en cuanto a calidad y popularidad, pues deben garantizar que el espacio tenga concurrencia de un público atraído por la banda que se va a presentar. Son pocos los ejemplos en los que el interés por difundir la música independiente y emergente prevalece sobre el negocio, generalmente esto se puede apreciar en foros financiados con recursos públicos como casas de cultura, parques, plazas delegacionales y eventos organizados por el gobierno de la Ciudad de México.

#### **F4: Estudios de grabación inadecuados con altos costos**

En la Ciudad de México existen estudios independientes de grabación que ofrecen distintas opciones para que los músicos produzcan sus canciones de manera semi-profesional, sin embargo, los trabajos que surgen de estos negocios pocas veces resultan de buena calidad, además de que los costos para la producción de un material discográfico siguen siendo elevados.

Según datos que menciona Christian Torres Osuna (2017:47), cuando habla sobre los costos de producción de un álbum musical EP, se presenta la siguiente situación: si se busca una producción de buena calidad, es decir con instrumentos de gama alta, micrófonos de alta fidelidad y equipo de grabación de gama alta, los costos se elevan arriba de los \$50,000.-; en cambio, si se quiere pagar un precio menor (\$3,000.- a \$4,000.-) la calidad se compromete a un sonido de poca fidelidad, con equipo de gama baja no especializado que genera productos musicales de baja calidad, que quedan lejos de los estándares para su difusión y consumo. Los músicos independientes que no cuentan con los recursos económicos suficientes tienen que abstenerse de una grabación profesional.

En el artículo titulado “Estudios de grabación en la CDMX (DF) y área metropolitana para bandas independientes” (Rey Decibel, 2016), se enlistan espacios especializados que son accesibles para los músicos. Dentro del recuento está AP Digital Estudio, que cobra desde \$18,000.- por un EP (3 a 5 canciones) y \$30,000.- por un LP; Zar Media Records, que cobra \$1,999.- por un sencillo, \$8,325.- por un EP de 5 canciones y \$20,699.- por un LP, con equipo de gama media; Fish Studios, que cobra \$1,000.- por canción en grabación conjunta de todos los instrumentos en una sola ejecución o \$400 por hora, con una calidad baja.

Los músicos tienen que tomar la decisión de sacrificar la calidad de su sonido y pagar poco o pagar una cantidad más alta por un sonido de calidad media o alta. Sin embargo, muchos de los músicos que optan por la segunda opción prefieren grabar en cualquier estudio del extranjero (Estados Unidos o Inglaterra, sobre todo) para conseguir una mejor calidad.

#### **F5: Altos costos del equipo musical**

Un gran problema que enfrentan los creadores de música independiente en cuestión económica es el alto costo de los instrumentos musicales de calidad y el equipo electrónico como amplificadores, consolas y sintetizadores, por ejemplo. Este factor se encuentra íntimamente ligado con el anterior, pues una de las causas que afectan de manera directa la calidad de las producciones musicales es la mala calidad del equipo que están obligados a adquirir los músicos porque los precios del equipo profesional son muy elevados.

La mayor parte del equipo para la creación musical es producido en el extranjero e importado de distintos países. A partir de datos expuestos en la página de Trade Nosis (2017), sobre el comercio de instrumentos en México, en el país se importan un gran volumen desde países como China, Estados Unidos, Indonesia y Taiwán.

Tan solo en el año 2017, de China el comercio de instrumentos y equipos se registró por arriba de los 31 millones de dólares en importaciones durante el año, el triple de lo importado desde Estados Unidos, pese a que las marcas que se importan vienen de este país, como Fender, Gibson, Marshall, PRS, entre otras. Las empresas

musicales estadounidenses sientan sus plantas ensambladoras en países asiáticos, debido a que la mano de obra es más barata –como ocurre en muchas otras áreas de la industria.

Tabla - México - Importaciones - Evolución - NCE: Instrumentos musicales; sus partes y accesorios - Anual FOB USD							
Pais Exportador	Fecha	2012	2013	2014	2015	2016	2017
China		42.064.261	38.968.573	34.255.462	37.280.225	34.814.587	31.142.487
Estados Unidos		15.414.991	15.238.679	14.931.656	12.333.579	11.832.208	10.366.469
Indonesia		9.954.976	9.991.847	7.776.350	9.189.570	8.253.553	7.009.275
Taiwán		3.938.927	4.166.556	2.977.818	3.525.069	3.514.214	2.489.107
Japón		3.358.694	2.702.778	2.874.512	2.192.882	1.823.501	1.855.395
Corea del Sur		1.557.311	1.395.070	1.593.516	1.582.489	2.019.714	1.931.377
Alemania		1.477.677	1.428.156	1.198.971	1.453.203	1.328.850	831.292
Canadá		1.241.258	881.716	863.834	952.597	516.093	560.264
Tailandia		850.856	870.481	931.475	952.358	638.170	715.379
Francia		617.257	683.835	495.311	763.693	547.470	485.245
Otros		2.525.099	2.383.826	2.124.488	1.657.042	1.729.342	1.832.891
<b>Total</b>		<b>83,001,307</b>	<b>78,711,517</b>	<b>70,023,393</b>	<b>71,882,707</b>	<b>67,017,702</b>	<b>59,219,181</b>

\*Tabla de evolución anual de importaciones de Instrumentos musicales; sus partes y accesorios en México, tomada del sitio web Trade Nosis.

Como consecuencia de que los instrumentos sean importados en su mayoría, los precios que se ofrecen en tiendas musicales resultan bastante elevados. Por ejemplo, una guitarra *Gibson Les Paul*, de las más solicitadas entre músicos, se encuentra arriba de los 25 mil pesos en su modelo estándar y la *Fender Stratocaster Standard* se encuentra alrededor de los 12 mil pesos. A esto se debe sumar el equipo de amplificación, el *Fender Frontman* de 100 watts se encuentra cerca de los 10 mil pesos, y el *Marshall Mg* del mismo voltaje ronda entre los 10 y 12 mil pesos (Google Shopping 2020).

Se podría continuar con el listado de precios de los instrumentos (baterías, bajos, teclados), equipo de amplificación (amplificadores, bafles, mezcladoras), accesorios (pedales de efectos, pastillas, atriles), equipo de grabación (consolas, micrófonos, monitores, computadoras), sin embargo, el resultado sería similar y excedería los objetivos de la presente investigación.

Las diferentes marcas de equipo musical también ofrecen gamas medias, de costos accesibles y de menor calidad, como las sub-marcas *Epiphone (Gibson)* y *Squier (Fender)*, las cuales son adquiridas por muchos músicos que tienen baja capacidad adquisitiva. Incluso existen otras marcas de costos más bajos, como *Korg, Sakura, Behringer, Peavey, Power Beat*, que cuentan con equipos de precios desde los mil pesos, y ofrecen una calidad muy baja en cuanto a sonido y materiales.

También se pueden encontrar en el mercado marcas nacionales que se dedican a producir instrumentos musicales, sobre todo acústicos, sin embargo, su consumo entre los músicos independientes suele ser menor que el de marcas provenientes del extranjero. Los músicos se ven obligados a adaptarse al equipo que pueden comprar, aunque esto se traduzca en una limitante de calidad en su sonido.

## Sobre el resto de los factores

Hasta aquí la fundamentación de los múltiples factores que intervienen de manera sinérgica para generar el estado problemático que nos ocupa. No se desarrollarán de la misma forma los demás factores por no ser el objeto central de este estudio. Se destaca de los anteriores apartados que efectivamente existen elementos verificables y datos “duros” que permiten describir de manera acuciosa el problema enfrentado en este trabajo.

### 1.5 Sinergias entre factores

Antes de dar paso a la descripción de los macro-sistemas que conforman el entorno del Subsistema de creadores de música independiente, es importante hacer una última puntualización sobre los factores y pre-factores que han llevado a los músicos a la situación de desventaja en la que se encuentran en el país. Para entender mejor el problema, a continuación, se debe explicar la noción de sinergia entre los factores.

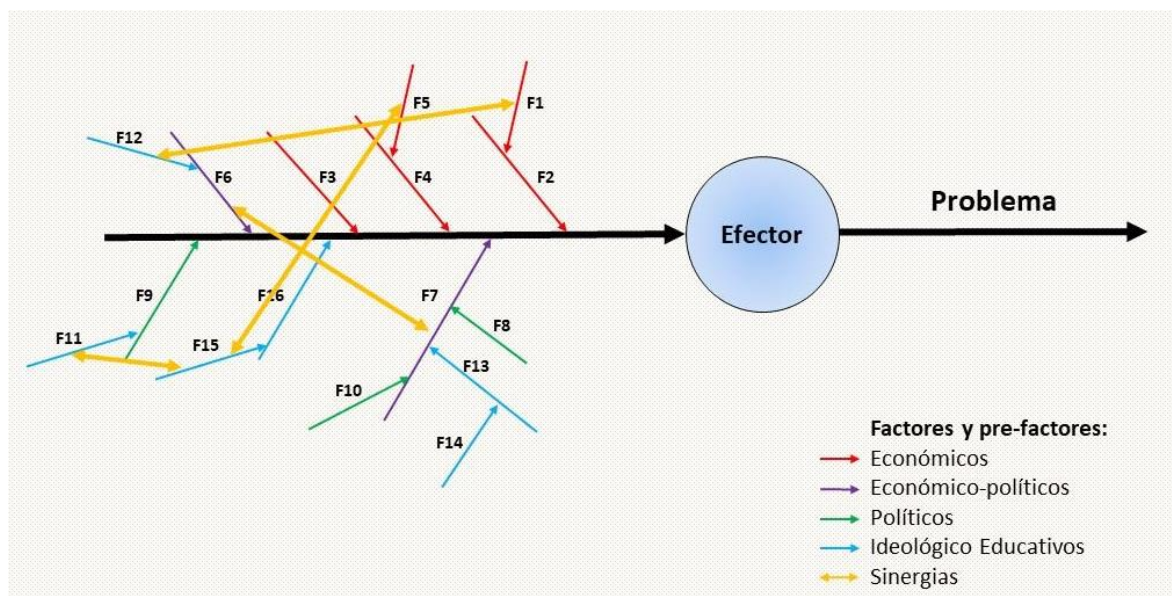


Fig. 2 Esquema de Ishikawa de la problemática del SMI con sinergias entre factores, elaboración propia.

La figura anterior muestra una versión actualizada del esquema de “espina de pez” de Kaoru Ishikawa, propuesta por Gallardo Cano, en el que se incluye la posibilidad



de que los factores y pre-factores que dan pie al problema hagan sinergia entre ellos y generen consecuencias potencializadas.

Se destacan cuatro sinergias entre los factores: F1-F12; F5-F15; F6-F7 y F11-F15, las cuales se describirán en el apartado siguiente para su mejor comprensión. Esta confluencia de factores reafirma la complejidad a la que se enfrenta el problema de la carencia de una estructura que soporte a la música independiente en el país.

### **Sinergia F1-F12**

F1.- Acaparamiento de los canales de comunicación por parte de corporativos que no permiten que los músicos independientes difundan sus proyectos y que privilegian la promoción de música de artistas consolidados.

F12.- Existe un bajo consumo de la música independiente frente a la música industrial.

Como se describió en el apartado anterior, grandes consorcios comunicativos y empresarios son dueños de los canales de comunicación colectiva y por ende son quienes definen los contenidos que serán transmitidos, situación que deja pocos espacios para proyectos de música independiente.

Aunado a esto, existe un mayor consumo de productos musicales comerciales frente a los producidos de manera independiente (F12), lo cual se puede atribuir en un primer nivel a la facilidad de acceso que tienen los públicos a los primeros productos mencionados gracias a la gran cobertura de los canales de difusión y distribución (Medios de Comunicación Colectiva) que ocupan las industrias para circularlos.

No se ahondará en los hábitos de consumo de los públicos, sin embargo, se debe puntualizar que existen más factores por tomar en cuenta, por ejemplo, las aspiraciones de la persona, el tipo de productos consumidos por sus grupos sociales cercanos, la formación de un sentido de pertenencia y el tipo de educación recibida, entre otros elementos, cuando se busca comprender la situación expuesta en el párrafo anterior.

El sitio web *The Pudding* (2018) trabajó en la realización de un mapa interactivo para su sección “Empire Records”, en el cual se muestran las canciones que se encuentran en primera posición de reproducciones en 3,000 distintos lugares del mundo. Alrededor del globo, las canciones que tienen más reproducciones en *YouTube* y *Spotify* se encuentran dentro de los géneros *Pop*, *Reggaetón*, *Trap*, y *Electro Pop*. En su totalidad, las canciones más escuchadas a nivel mundial fueron producidas por las tres casas productoras transnacionales más prominentes en el mercado de la música: *Universal Music Group*, *Sony Music Entertainment* y *Warner Music Group*.

Las canciones más consumidas están producidas por empresas ya consolidadas en la industria musical. Esto genera relaciones dispares entre las grandes productoras y los productores de música independiente, quienes encuentran limitaciones en cuanto a los canales para llegar a una mayor cantidad de personas.

Si lo anterior se extrapola al proceso de comunicación, la retroalimentación o feedback que generan los públicos mediante su consumo de productos comerciales, influye en las producciones musicales próximas de la industria, de tal manera que los dos factores actúan en una sinergia que afecta las posibilidades que tendrán los creadores de música independiente para que sus productos tengan éxito en los circuitos distribución y difusión.

En este caso, un factor de carácter Ideológico-educativo (F12) afecta y potencia un factor de carácter económico (F1), como se muestra en el esquema de Ishikawa.

### **Sinergia F5-F15**

F5.- El costo de los equipamientos electrónicos, así como de los instrumentos musicales, es inusualmente elevado en México.

F15.- La formación en cuanto a educación y producción musical por parte de músicos independientes es deficiente.

El F5 referente al alto costo de los equipamientos para la creación de música ya fue desarrollado en el apartado anterior. Ahora será momento de explicar su relación

bidireccional con el F15, el cual trata sobre una deficiente formación de los creadores de música independiente en cuanto a su educación y producción musical.

El acceso a la educación musical formal, ya sea en instituciones de carácter público, como el INBA o la UNAM, o privado es obstaculizado para los aspirantes a ingresar a dichos espacios. Esta cuestión se da básicamente por dos razones diferentes: la primera es que, para ingresar a una institución académica pública se tiene como requisito principal una formación musical previa por parte del aspirante y la segunda es que los costos en escuelas privadas son verdaderamente altos.

Para poder estudiar de manera profesional alguna rama de la educación musical, ya sea como instrumentista, compositor o productor, la persona debe recurrir a clases privadas para después hacer su examen de admisión a alguna institución pública, o bien, pagar alguna escuela privada para cursar diversos cursos o licenciaturas.

Sin duda, hay una preparación deficiente debido a los espacios de formación, sin embargo, también se puede atribuir al difícil acceso que tienen las personas a los instrumentos musicales por sus altos costos. Si los músicos no pueden hacerse de un instrumento o equipo electrónico para su formación, entonces se ven limitados en el aspecto tecnológico para volverse ejecutantes profesionales. Hay que aclarar que el equipamiento que necesita un músico independiente no solo responde al instrumento, sino a un espacio mínimamente acondicionado para practicar, accesorios (pedales, estuches, etc.), cables, micrófonos, consolas, etc.

Es claro que un músico siempre puede recurrir a equipo de baja calidad o de segunda mano para conseguirlo a costos más accesibles, sin embargo, aspectos como su formación y desarrollo integral, además de su capacidad creativa, se verán comprometidos a las limitantes del equipo.

De fondo, existe un problema económico que afecta a toda la población del país, cuestión que se tratará con mayor atención en el siguiente capítulo; lo que se busca señalar en este momento es que no se puede hablar de la mala formación de los

músicos sin considerar que existen diversos factores, sobre todo económicos, que refuerzan y potencian dicha situación.

### **Sinergia F6-F7**

F6.- Empresarios de la industria prefieren darle espacio a proyectos musicales ya consolidados o extranjeros para garantizar su ganancia económica y no dan espacio a los músicos emergentes mexicanos.

F7.- No existe un tabulador de salarios para músicos o artistas. La remuneración económica que se da por la actividad de creación musical es baja, los pagos no están garantizados, de tal manera que se pueden presentar tres situaciones: no reciben pago, el pago se realiza en sustancia o reciben un pago bajo.

La sinergia que se establece entre el F6, acerca de la preferencia de los empresarios por contratar y promover músicos consolidados o del extranjero (en su mayoría de países de habla inglesa), se relaciona de forma intrínseca con el F7, sobre la falta de un tabulador de pagos justos a los músicos independientes y una baja remuneración económica, pues el hecho de que se le dé prioridad a los primeros, relega a los creadores de música independiente a la ocupación espacios con poca ganancia económica.

Los empresarios de la música (dueños de disqueras, promotores de conciertos y festivales, productoras trasnacionales) brindan mayor apertura a proyectos musicales que garanticen una venta asegurada, ya sea porque son artistas consolidados del rock mexicano, como Caifanes, Alex Lora, Panteón Rococo, Natalia La Fourcade, Zoé, Café Tacuba, etc., o porque son artistas ya consolidados en países extranjeros, sobre todo de habla inglesa que visitan México.

Basta con revisar la lista de artistas contratados con los tres sellos discográficos dueños de la mayor parte de las productoras de música en México –Sony Music, Warner Music Group y Universal Music–, para comprobar que, efectivamente, son los mismos que se promocionan desde hace 10 años y que encabezan la mayoría de los festivales y conciertos promovidos por la industria musical.

En contraste, los creadores de música independiente deben gestionar sus propios espacios de producción y presentación, y, en el mismo sentido, son quienes deben negociar con otros agentes del sistema para obtener una remuneración por su actividad. Estos pagos se realizan a consideración de los contratantes de los músicos, pues no existe un tabulador de salarios que defina cuánto se debe pagar por una presentación musical de cualquier tipo. Los salarios son desmedidos para los músicos consolidados y privilegiados del sistema e ínfimos para los artistas independientes, que incluso a veces deben presentarse sin recibir pago alguno.

De acuerdo con esto, F6 potencializa a F7 pues relega a los músicos a condiciones de marginación en el Sistema de Producción Cultural. Los empresarios no brindan oportunidades al grueso de creadores de música independiente por lo que los últimos deben conformarse con los pocos espacios que existen para promover sus proyectos.

### **Sinergia F11-F15**

F11.- No existe una cultura del registro de derechos autorales entre los creadores de música independiente.

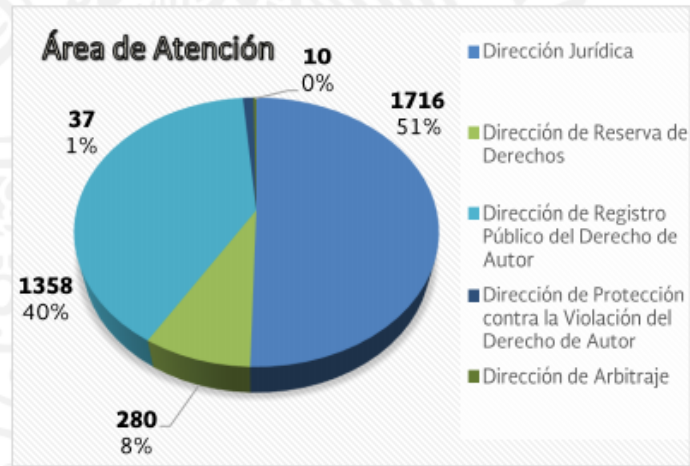
F15.- La formación en cuanto a educación y producción musical por parte de músicos independientes es deficiente.

El F11 refiere a una carente cultura del derecho autoral entre los creadores de arte en general, y particularmente entre los creadores de música independiente. Las creaciones originales de los músicos deben ser registradas ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), antes de su circulación, no solo por la cuestión de las regalías, sino que el registro garantiza una protección a la propiedad intelectual del artista.

Pese a que el trámite es accesible para todos los artistas, en su Reporte Ejecutivo Anual 2017, el Indautor (2017:2) reporta que en dicho año se registraron un total de 3,401 consultas, de las cuales solo 1,358 (40%) se realizaron en el área de Dirección del Registro Público del Derecho de Autor, el espacio encargado de registrar las nuevas obras de los creadores.

**Por área del INDAUTOR:**

<b>Dirección Jurídica</b>	<b>1,716</b> (51%)
<b>Dirección de Reservas de Derechos</b>	<b>280</b> (8%)
<b>Dirección del Registro Público del Derecho de Autor</b>	<b>1,358</b> (40%)
<b>Dirección de Protección contra la Violación del Derecho de Autor</b>	<b>37</b> (1%)
<b>Dirección de Arbitraje</b>	<b>10</b> (0%)



\*Tomado del Reporte Ejecutivo Anual 2017, Indautor, Secretaría de Cultura, enero 2017

Sin embargo, los artistas y específicamente los creadores de música independiente son más en todo el país. La situación resalta si se toman en cuenta que, de ese número presentado, el 49.7% corresponde a consultas de la Ciudad de México, el 20.4% a Il Estado de México, Jalisco y Nuevo León, y el resto se divide entre las 28 entidades restantes. Los anteriores indicadores refuerzan la afirmación de la existencia de una insuficiente cultura de registro autoral, con mayor énfasis en la provincia, que pone en riesgo las obras de los artistas.

Cabe agregar que existen dos posibles razones por las cuales los músicos no realizan el registro de sus materiales: 1) La información brindada por el instituto es escasa y las campañas de difusión sobre el tema son deficientes o inexistentes, y 2) el trámite es complicado y requiere el registro de una gran cantidad de documentos del artista, además de que existe un costo por registro de \$251.- de cada obra que no todos están dispuestos a pagar.

La falta de información de los artistas sobre el tema los lleva a firmar contratos con cualquier disquera independiente o productora que les ofrezca llevar el trámite o

bien a dejar sus materiales sin protección alguna y con la posibilidad de que puedan ser plagiados.

El F11 tiene relación con el F15, el cual fue desarrollado en el apartado anterior, debido a que la deficiencia en la educación musical y en producción de los creadores deviene en una falta de profesionalización en el área y una deficiente formación en cuanto a temas de derecho autoral que pocas veces se aprende en las instituciones educativas musicales, y, en general, en la educación básica.

De esta manera F11 y F15 hace una sinergia como factores de tipo Ideológico-educativos que obstaculizan el desarrollo profesional del subsistema de Música independiente y que ambos confluyen en las acciones de los agentes creadores.

Hasta ahora se han descrito algunos factores y las sinergias que propician que la situación que viven los músicos independientes mexicanos sea tan complicada para producir y difundir sus proyectos y productos. En el siguiente capítulo se abordará la perspectiva de la complejidad como una metodología novedosa que señale posibles soluciones al tema que atañe la presente investigación, y que presente diversas vías para estudiar la situación desde un trabajo transdisciplinario.

**Capítulo II: El Sistema  
de Producción Cultural  
en México como un  
Sistema Complejo  
(Heterarquía fractal)**



## **CAPÍTULO II: EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN CULTURAL EN MÉXICO COMO UN SISTEMA COMPLEJO (HETERARQUÍA FRACTAL)**

Como todo fenómeno de carácter social, la Producción Cultural en México se puede visualizar como un Sistema Complejo debido a que cumple con características que se describirán en el presente capítulo, el cual también se centrará en analizar el entorno contextual y transaccional que irrita directamente al Sistema de Producción Cultural en México, y específicamente al Subsistema de Creadores de Música Independiente (SCMI).

Este capítulo se avocará a presentar el enfoque teórico-metodológico en el que se apoya la presente investigación, al igual que los conceptos que ayudarán a explicar las dinámicas del SCMI. Se puntualizarán, posteriormente, características globales de los Suprasistemas Económico, Político y de la Innovación Tecnológica, para entender de qué manera afectan las formas de producción cultural en el país, y se destacó el sistema económico-político-ideológico de la “globalización neoliberal” como una de las principales directrices que orientan al sistema mundial y que limitan el desarrollo y fortalecimiento de la estructuras y procesos de producción de cultura en México.

### **2.1 Sistemas Complejos**

En este capítulo se dará paso a la metodología propuesta por el autor para el análisis del problema: la meta-metodología de los sistemas complejos.

Se parte de la propuesta del pensamiento ecológico, en el que se considera que todos los elementos de un ecosistema se encuentran relacionados entre sí, de tal manera que el comportamiento que presente cualquiera de ellos afectará en menor o mayor medida a los demás elementos involucrados.

En el presente trabajo se pretende entender al Sistema de Producción Cultural de México (SPCM) como un Sistema Complejo, que está compuesto de diversos subsistemas en su interior -entre ellos albergado el subsistema de creadores de música independiente (SCMI)- y que mantiene numerosas relaciones con los suprasistemas de su entorno. A este procedimiento numerosos autores lo

denominan enmarcado (*framing*) (Entman, 1993; Checkland, 2001). Previo a comenzar el análisis sistémico que atañe a este proyecto, primero será importante comprender lo que es un Sistema Complejo y por qué se afirma que el presente tema puede ser comprendido de esta forma.

No es sencillo establecer una definición terminada de lo que es un sistema complejo debido a que es un concepto que está en constante construcción a partir del trabajo transdisciplinario que se realiza en distintos centros de investigación a lo largo del mundo, en donde la epistemología, la sociología, la biología, la psicología, la cibernética y la ciencia computacional han tenido presencia. Infinidad de científicos desde sus campos de estudio han aportado valiosas ideas para la construcción de esta novedosa perspectiva que propone una visión holística de los problemas que atañen a la humanidad y su entorno.

A manera de primer acercamiento se deben tener en cuenta los aportes de teóricos como el biólogo Ludwig Von Bertalanfy (1949) con la Teoría General de Sistemas, el matemático Claude E. Shannon y Warren Weaver (1940) con la Teoría de la Información, el médico mexicano Arturo Rosenblueth (1943), el matemático Norbert Wiener (1948) y el físico matemático Heinz Von Foerster (1970) con la Cibernética y la Cibernética de Segundo Orden respectivamente, el matemático Benoit Mandelbrot (1982) con la Teoría de la Geometría Fractal o Fractales, el también matemático y meteorólogo Edward Lorenz (1963) con la Teoría del Caos, el ingeniero Albert-Laszlo Barabási (1999), el matemático Steven Strogatz (1998) y el sociólogo Duncan J. Watts (2003) con el desarrollo de la Teoría de Redes Complejas, los biólogos Humberto Maturana y Francisco Varela (1972) con el concepto de Autopoiesis y el sociólogo Niklas Luhmann (1984) con la Teoría de Sistemas Sociales, además de los recientes aportes del ingeniero Felipe Lara Rosano (2012) y el comunicólogo Alejandro Gallardo Cano (2015) respecto al tema.

Los anteriores autores, y muchos más no mencionados, han construido el novedoso paradigma de la complejidad, el cual tiene sus raíces en bases filosóficas previas. Antes de proceder con el análisis de la heterarquía fractal de los supra-sistemas que rodean al sistema por analizar, a continuación se hará un corto recuento

histórico sobre este enfoque con el fin de establecer las bases mínimas para su entendimiento.

### **2.1.1 Breve recorrido histórico**

El enfoque de sistemas tiene su origen en el horizonte de los filósofos griegos de la Antigüedad Clásica. Alejandro Gallardo Cano (2018:36) menciona que el término “*sistema*” se deriva de *συστημα* que significa conjuntar, combinar u organizar. Ya Platón en su obra *Las Leyes* planteaba una idea cercana a lo que el enfoque sistémico refiere, “es posible detectar la noción de interrelación e interdependencia asociada con la idea de fuerza conjunta, cuando se habla de la relación entre filosofía, religión y política” (Gallardo 2018:36).

Posteriormente, en las obras de Immanuel Kant (1724-1804) *Crítica a la razón pura* (Kritik de reinen Vernunft, 1781) y *Crítica de la facultad de juzgar* (Kritik der Urteilskraft, 1790) “define un organismo como una unidad estructural y funcional cuyas partes no solo existen una para la otra, sino cada una debe su existencia a la otra” (Gallardo 2018:37). En la anterior idea, el filósofo alemán ya tenía presente la inter-relacionalidad entre los elementos de un todo y su correspondencia reactiva.

Más tarde, en el ámbito de la ciencia, se encuentra la obra de Jules Henri Poincaré (1892, 1903) quien introduce la noción de caos y realiza un primer modelado matemático-geométrico del estado de fase de un sistema, marcando el trazado de las trayectorias que recorre un sistema al moverse en el tiempo dentro de un espacio dado, apoyado en ecuaciones diferenciales.

Habrá que destacar las aportaciones de Claude Bernard (1812-1878, con el concepto de homeostasis que “es la capacidad de un sistema para mantener ciertas variables en un estado estacionario de equilibrio dinámico o dentro de ciertos límites, cambiando parámetros de su estructura interna” (Gallardo 2018:37).

También cabe destacar las ideas de Wolfgang Köhler (1887-1967), cofundador de la teoría Gestalt (el todo es más que la suma de las partes), Alfred James Lotka (1880- 1949) quien equipara a las poblaciones integradas por personas con las

células de un organismo y del matemático Vito Volterra (1860-1940) quien, con su trabajo sobre ecuaciones integrales de límites variables para entender el crecimiento de poblaciones de peces, ayudó al desarrollo del modelado computacional y al entendimiento de los conceptos de interdependencia, acoplamiento y características isomorfas.

En la obra de Alfred North Whitehead (1861-1947) *Science and the Modern World* el autor introduce la filosofía del mecanicismo orgánico, en la que:

[...] suele destacarse su noción de proceso, donde las sustancias no pre-existen como cabría esperar de un animismo, sino que han de ser contempladas como consolidaciones de las pautas recurrentes que siguen los procesos. Éstos, los procesos, acaban por consolidarse en entidades y seres momentáneos e históricos. Los sujetos, los seres, tienen una historia inscrita en el entorno del cual extraen sus elementos constitutivos. Todo esto en un continuum que no cesa: prosigue lo anterior y antecede lo porvenir (Gallardo 2018:38)

No se debe perder de vista la idea anterior, pues el tema que aquí compete, sobre la Producción Cultural en México, será entendido como un proceso en constante renovación a lo largo de la historia, lo cual deberá ser tomado en cuenta para el futuro desarrollo de este trabajo.

Walter Bradford Cannon (1871-1945) retomó en sus investigaciones el concepto de homeostasis u equilibrio orgánico. En conjunto con el médico mexicano Arturo Rosenblueth y a partir de la observación de las formas en que ocurría la estabilización y la concentración de la glucosa y la temperatura corporal los cuales se mantenían equilibrados y regulados en los organismos humanos, llegaron a las siguientes conclusiones sobre la homeostasis de los sistemas:

- Un estado constante en un sistema abierto, tal y como se presenta en los cuerpos humanos, requiere de un mecanismo que actúe para mantener dicha constancia.
- Unas condiciones de estado “estables”, requieren que toda tendencia al cambio automáticamente obtenga una respuesta de resistencia a ese cambio.

- El sistema de regulación que determina el estado homeostático se compone de una serie de mecanismos cooperantes que actúan simultánea o sucesivamente.
- La homeostasis no ocurre por accidente. Es el resultado de una auto-organización por evolución o una suerte de auto-gobierno.

(Gallardo 2018:38)

Las afirmaciones anteriores ayudan a comprender que todo sistema complejo tendrá mecanismos de regulación internos para garantizar su persistencia en el tiempo frente a los cambios que encuentre en su entorno. El SPC en México, como lo veremos más adelante, presenta su propia homeostasis que ha llevado a que se mantenga “estable” en el tiempo y adaptativo ante las transformaciones político-económico-tecnológicas que han existido en el país.

El biólogo Ludwig Von Bertalanffy, en 1932, comienza a desarrollar una Teoría General de Sistemas (TGS), sin embargo, no logra concluir su trabajo sino hasta después de la Segunda Guerra Mundial con la publicación del libro *Teoría General de Sistemas* (1945). Su objetivo era lograr una meta-teoría o filosofía científica que por sí misma pudiera abordar distintos niveles de la realidad. Mediante la búsqueda de isomorfismos buscaba que diversas disciplinas lograrán un consenso para poder describir e interpretar los fenómenos o procesos de la realidad.

La pretensión de la TGS era descubrir regularidades abstractas comunes en sistemas reales complejos pertenecientes a distintas disciplinas científicas, lo que, sin duda, continúa la afirmación de que la realidad no se puede diseccionar en fragmentos por abordar desde distintas ópticas, sino que puede entenderse como un todo constituido.

Importante también fue la aportación de Cibernética de Norbert Wiener y Arturo Rosenblueth en 1942, la cual se entiende como “una teoría matemática del control y la comunicación en los seres vivos y las máquinas, a través de la retroalimentación (feedback)” (Gallardo 2018:39).

Repito que la retroalimentación es un método para regular sistemas introduciendo en ellos los resultados de su actividad anterior. Si se utilizan estos resultados como simples datos numéricos para corregir el sistema y regularlo,

tenemos la sencilla retroalimentación de la ingeniería que se ha dado en llamar de control. Sin embargo, si la información que procede de los mismos actos de la máquina puede cambiar los métodos generales y la forma de actividad, tenemos un fenómeno que puede llamarse de aprendizaje (Wiener, 1949: 56).

Existen dos tipos de retroalimentación: la positiva (proceso morfo-genético), en la que el sistema, a partir de la información que recupera de sus salidas, genera cambios o transformaciones que lo llevan a realizar procesos nuevos, y la negativa (proceso morfo-estático), la cual disminuye la entropía y estabiliza al sistema. No hay que perder de vista que todo sistema se encuentra en constante transformación para subsistir en el tiempo y se adapta de acuerdo con la irritación y respuestas que obtiene del entorno.

Posteriormente, teóricos como Gregory Bateson (1904-1980), Heinz von Foerster (1911-2002), Margaret Mead (1901-1978) y Ernst von Glasersfeld (1917-2010) amplían el concepto de la cibernética al incluir dentro del sistema al observador, lo cual se conoce como Cibernética de Segundo Orden, en la que se plantea que la persona que define al sistema un sujeto activo que incluso modifica las relaciones internas con su participación.

En los años sesenta, el sociólogo estadounidense Talcott Parsons, en su trabajo *El Sistema Social* (1964), comienza la aplicación de la Teoría de Sistemas en las ciencias sociales, pues trata de explicar a la sociedad como un sistema que tiende hacia la autorregulación y el equilibrio funcional, en el que prevalece el orden social mediante la asignación de los roles que cumple cada uno de los sujetos.

Entre los años ochenta y noventa, Peter Checkland desarrolló la Metodología de los Sistemas Suaves que planteaba una propuesta dinámica para la resolución de problemas en la que todos los puntos de vista sobre el asunto son discutidos y analizados con el fin de encontrar la mejor vía para resolverlo por consenso de los especialistas.

Considerando lo anterior, Alejandro Gallardo Cano propone la siguiente idea que sintetiza el avance del enfoque sistémico a lo largo de su historia:

“El Enfoque de Sistemas puede describirse como una Metodología para el análisis de una problemática compleja y un auxiliar para la construcción de un objeto de estudio desde diversas disciplinas, coordinando el trabajo interdisciplinario y transdisciplinario. Asimismo, puede servir de marco conceptual común para la aplicación de diversas teorías disciplinarias al diagnóstico de un problema, sirviendo de base a una nueva clase de método científico para avanzar en el conocimiento de problemas, diagnóstico y planeación de organizaciones sociales, dándole una estructura metodológica a la Ingeniería de Sistemas, la Investigación de Operaciones y la Planeación. Finalmente, se puede considerar como el marco conceptual de una Teoría General de Sistemas Aplicada” (Gallardo 2018:42).

De esta afirmación podemos destacar que el enfoque sistémico plantea una forma renovada de hacer ciencia, desde el entendimiento del problema como un todo compuesto por distintos factores y pre-factores que determinan su existencia. En consecuencia, la realidad no se aborda de manera diseccionada ni se pretende su descomposición en partes, sino que los especialistas de las distintas áreas de investigación pueden trabajar de manera colaborativa para encontrar soluciones más adecuadas a su naturaleza.

El problema analizado en esta investigación se entiende como un proceso que tiene diferentes aristas que lo determinan, por esta razón, el primer acercamiento fue la descripción de su naturaleza multifactorial en el primer capítulo.

En el apartado siguiente se ofrecerá una definición de lo que es un sistema complejo y también se hará la puntualización de sus propiedades con el fin de acercarnos al siguiente eslabón de la metodología referente a la descripción del entorno del sistema.

### **2.1.2 Definición y propiedades de los Sistemas Complejos**

Hoy en día, la palabra “*sistema*” forma parte del vocabulario habitual en diversas situaciones cotidianas, así como también ocurre con la palabra “*complejo*”, sin embargo, no todas las veces se emplea en relación con el concepto descrito en el apartado anterior. En palabras de Von Bertalanffy (1968:56):

“un sistema puede ser definido como un complejo de elementos interactuantes. Interacción significa que elementos (p) están en relaciones (R), de suerte que el comportamiento de un elemento p en R es diferente de su comportamiento en otra relación R'. Si los comportamientos en R y R' no difieren, no hay interacción, y los elementos se comportan independientemente con respecto a las relaciones R. y R'.”

Las relaciones que establecen los elementos de un sistema para que se pueda considerar como “complejo” deben ser no triviales, es decir, que en el momento de existir la interacción, el resultado que surja de ella sea impredecible, incluso que genere algo completamente nuevo.

Para explicarlo, se ofrece el ejemplo de un avión, una obra de ingeniería que sin duda no puede ser vista como algo sencillo de ensamblar, pues cuenta con un gran número de elementos y sistemas que trabajan en conjunto para que la máquina se eleve. Un avión cuenta con un sistema de ignición, un sistema de combustión interna, un sistema de presurización, un sistema de enfriamiento hidráulico, por ejemplo, los cuales interactúan para garantizar el vuelo de la máquina por cierta distancia.

Entender cómo funciona un avión, en este sentido, puede resultar “complicado”, sin embargo, mientras cuente con los elementos necesarios para que logre su objetivo, cumplirá siempre con la misma función para la que fue diseñado, en este sentido, los múltiples elementos que interactúan al interior de un avión presentan relaciones triviales, las cuales nunca presentarán una modificación por sí mismas y no serán considerados procesos complejos.

Lo anterior nos lleva a hablar de la existencia de dos tipos de sistemas: abiertos y cerrados. Los sistemas cerrados, aunque lleguen a requerir insumos externos para su funcionamiento (p.e. combustible, aceite, agua, en el caso el avión) repetitivamente cumplirán con una misma función, sin mucha posibilidad a que exista un cambio. Por lo contrario, un sistema abierto siempre presentará modificaciones internas por consecuencia de las interacciones que mantiene con otros sistemas del entorno.



Para comprender de manera más amplia lo anterior, se recurrirá al siguiente cuadro sinóptico elaborado por Gallardo Cano, en el cual se enlistan las propiedades que presentan los sistemas complejos, lo que ayudará a establecer una definición aproximada:

### Propiedades de los Sistema Complejos

- |    |   |   |
|----|---|---|
| a) | Se componen de una gran cantidad de elementos o agentes.        | Si el número de elementos de un sistema es relativamente pequeño, el comportamiento de esos elementos frecuentemente puede ser descrito en términos convencionales. En contraparte, si el número llega a ser demasiado grande, los medios convencionales (por ejemplo, un sistema de ecuaciones diferenciales) no solo resultan poco prácticos, sino que también dejan de ser útiles para la comprensión del sistema (Lara Rosano, 2012). |
| b) | Esos agentes son diversos y autónomos.                          | Pero están interrelacionados, vinculados a través de interconexiones que los llevan a comportarse de un modo unificado.   |
| c) | Un gran número de integrantes es necesario, pero no suficiente. | Para constituir un sistema complejo, los elementos tienen que interactuar y esas interacciones deben ser dinámicas. Los granos de arena en una playa no interesan como sistema. Lo mismo ocurre con las moléculas en una sustancia o un gas. Kauffman (1993) señala que cuando el número de integrantes e interacciones se incrementan dentro del sistema, éste solo es capaz de conseguir soluciones pobres o limitadas.                 |
| d) | Los integrantes no son una mera agregación.                     | Los componentes interactúan y esa interacción genera estructuras complicadas y un orden nuevo o respuesta adaptativa. Esto es, no se trata de una interacción simple, puesto que cada agente no solo reacciona a los cambios del medio ambiente, sino que aprende de la experiencia y se adapta o ajusta a las nuevas circunstancias.   |

- h) Tienen propiedades emergentes. Son propiedades que no se presentan en ninguna de las partes o integrantes del sistema si se consideran aisladamente. Resultan de una organización específica de integrantes, de su interacción, del estado evolutivo en que se encuentre y del contexto específico.
- i) Las interacciones entre elementos no tienen que ser físicas. También pueden ser mensajes o transferencias de información (Cilliers, 1998). Las señales bioquímicas entre las neuronas, las marcas feromónicas entre los integrantes de un termitero son ejemplos de ello.
- j) Riqueza en la interacción. Cualquier elemento o integrante influye y es influido por el sistema, así como por un buen número de otros integrantes. Pero el comportamiento del sistema no está determinado por una cantidad exacta de interacciones asociadas con elementos específicos. Una serie de integrantes escasamente conectados puede realizar las mismas tareas que uno solo ricamente conectado. Los *hubs* o terminales aéreas en un país con pocos aeropuertos, los tendidos de cableado telefónico en las ciudades o de sitios en la *www* ejemplifican lo anterior.
- k) La interacción debe ser no lineal. Es una precondition de la complejidad. La no linealidad garantiza que pequeñas causas puedan generar grandes resultados y viceversa. Grandes sistemas lineales colapsan en comparación con otros de menor rango que denotan dinámicas recursivas.
- l) Son sensibles a las condiciones iniciales. Los cambios más ligeros en las condiciones iniciales pueden conducir a resultados muy diferentes o dramáticos. Según Rosenau (1997), esos cambios no necesariamente son malos. Hay un gran poder en los pequeños eventos (efecto mariposa).

- La influencia de un integrante hacia otro es más rápida y eficaz si es cubierta en unos pocos pasos. Resultado de esto, es que la influencia puede ser modulada de varias maneras durante el camino: puede ser suprimida, ampliada o alterada. Las interacciones de rango largo no son imposibles, pero no garantizan una gran influencia y puede tener serias dificultades para llegar a su destino.
- m) Las interacciones usualmente son de rango corto.
- El efecto de cualquier actividad puede retroalimentarse directa o indirectamente. El *feedback* o retroalimentación si es positivo, mejora, estimula e incrementa el cambio en el sistema; si negativo, inhibe y estabiliza. Ambos tipos de interacción son necesarios y suelen convivir en los sistemas complejos. Hay “bucles” en la interacción que dan como resultado la recurrencia.
- n) Las interacciones son recurrentes.
- Establecen relaciones cooperativas con otros sistemas del entorno. Interactúan con su entorno de manera tal que resulta difícil establecer los límites del sistema. De ahí que el alcance del sistema esté usualmente determinado por los propósitos de quien elabora la descripción del sistema (*framing*).
- o) Usualmente son sistemas abiertos.
- Tiene que haber un flujo constante de energía para mantener la organización del sistema y para asegurar su supervivencia. Equilibrio equivale a muerte. De ahí que se afirme que su comportamiento no sea rígidamente estable ni caótico, sino que se mantiene *al borde del caos*, en una zona que les permite cambiar drásticamente si fuese necesario. No son homeostáticos completamente para permitir movimientos aleatorios que estimulan la creatividad y la innovación.
- p) Operan lejos del equilibrio. Son homeostáticos.
- “Navegan” en estados moderadamente inestructurados
- Los cambios que los caracterizan son lentos que proveen condiciones para la supervivencia del sistema por las

conexiones con el pasado requeridas, el aprendizaje, el análisis y la reproducción.

- r) Un sistema complejo cambia con el tiempo. Los sistemas complejos tienen historia. Su pasado es corresponsable de su comportamiento presente. Su estudio debe ser diacrónico. La diferencia entre sistemas caóticos y sistemas complejos es su dependencia de su trayectoria o historia (*Path dependence*); donde su pasado es co-responsable de su comportamiento actual (Arthur, 1999).
- s) Los integrantes son ignorantes del comportamiento del todo. Cada integrante solo responde a la información que está disponible en sus inmediaciones. La complejidad es el resultado de una rica interacción de elementos simples que responden a un rango limitado de información.
- t) Las interacciones entre elementos obedecen a reglas sencillas. La acción colectiva de muchos elementos que se ciñen a reglas o leyes simples *sin un control centralizado* que hace emerger la complejidad. Hormigas, células cerebrales, creadores de sitios web, ejemplifican esta condición.
- u) Un sistema se “nutre” por igual, de información y señales generadas en su interior o en su exterior. La condición de “apertura” señalada antes, está determinada por esta condición: el sistema no es autógeno, sino abierto al intercambio con su entorno y con sus propias dinámicas internas.
- v) Algunos sistemas son adaptativos. Emergen de la interacción de sus integrantes y de la retroalimentación positiva y tienden a cambiar su comportamiento para adaptarse al entorno exterior de competencia y mejorar sus oportunidades de sobrevivencia y éxito, a través del aprendizaje o la evolución (o selección natural).

- x) Tienen resiliencia                      Que es el grado de robustez a cambios en sus componentes. Surge de la redundancia de algunos de los componentes de nivel inferior del sistema.
- y) Se caracterizan por un control difuso, no centralizado.                      Es un tipo de control distribuido, no dirigido. Cambian en respuesta a información recibida de su entorno para sobrevivir y prosperar en situaciones nuevas.
- z) Existe una heterarquía fractal y jerarquía interna                      Todo sistema complejo mantiene relaciones transaccionales y contextuales con los supra-sistemas del entorno, los cuales lo afectan y son afectados por éste. Además, enmarca subsistemas al interior que forman parte de su estructura y definen su trayectoria en el tiempo (McCulloch, 1945).

*Elaboración de Gallardo Cano con base en Gel-Mann (1994), Cilliers (1998), Mitchell (2009), Mainzer (2007), Yaneer Bar-Yam (1997), Kauffman (1993) y Lara Rosano (1993, 2002 y 2012)*

El cuadro anterior nos da referencias suficientes para enmarcar y describir el sistema social que es el interés central de este trabajo. Las propiedades de los sistemas complejos antes enlistadas se pueden identificar en el Sistema de Producción Cultural de México, labor que se llevará a cabo más adelante en el presente capítulo.

### **2.1.3 Auto-organización, fenómenos emergentes, estructuras autopoieticas y resiliencia**

Como ya se mencionó, todo sistema complejo (SCx) está compuesto por elementos que se relacionan y llevan a cabo dinámicas propias con un fin definido ya sea por el total de los agentes o por un grupo de ellos —como en el caso de los sistemas económicos, políticos y financieros capitalista-neoliberales.

Una de las propiedades primarias o básicas de los SCx es su capacidad de Auto-organización, la cual puede ser comprendida como la posibilidad de organización espontánea de los elementos para cumplir con un propósito definido. Esta organización surge de la interacción entre los integrantes del sistema y solo puede

llevarse a cabo cuando grandes grupos se orientan hacia dicho fin en respuesta a algún cambio dentro o fuera del sistema.

La auto-organización está presente en los SCx como una de sus múltiples dinámicas de operación, que puede expresarse o no, dependiendo de los fines perseguidos y solo si existe una respuesta colectiva por parte de los individuos, en el caso de los sistemas sociales, por parte de las personas.

Si se expresa la auto-organización para dar respuesta a alguna transformación del sistema, pueden surgir fenómenos emergentes que son formas de organización particulares o específicas, con un nivel de coordinación ligeramente más definido a partir de reglas de operación sencillas, siempre caracterizadas por funciones básicas de 1+1.

Los fenómenos emergentes se articulan en redes de relaciones casi siempre organizadas por triadas, donde un elemento se relaciona con dos elementos y cada uno de estos se vincula a su vez con dos más, lo que genera redes complejas de individuos e interacciones y respuestas colectivas casi inmediatas.

Los fenómenos emergentes no tienen una temporalidad definida, pues son una adaptación fugaz para dar respuesta a una irritación por parte de sistemas que se ubican en su entorno.

Cabe puntualizar que dicha organización no puede observarse si se aísla un individuo o elemento del sistema, se debe comprender al todo para poder dar cuenta de su operación. En este sentido, el operar del sistema no es atribuible a la decisión de un líder central o coordinador.

En la naturaleza existen fenómenos emergentes de diversos tipos que llevan a cabo los seres vivos para subsistir. Las hormigas, por ejemplo, a partir del intercambio químico de ciertas feromonas pueden establecer dinámicas concretas para cazar, defender su territorio, o construir túneles que les sirven como refugio. Las acciones que realizan surgen de la interacción de una a otra y no son respuestas coordinadas por un mando central.

Otros ejemplos de la naturaleza podrían ser el movimiento cuasi dancístico de un cardumen de peces para evitar un ataque de un depredador, o bien la formación que toman las aves migrantes al momento de desplazarse en parvadas, fenómeno calificable nuevamente como desvinculado de un mando central y como respuesta conjunta ante irritaciones de su entorno.

En lo social, de igual manera, los ejemplos resultan sencillos y en suma interesantes. Todos los movimientos sociales desde las revoluciones contra regímenes políticos, hasta los que han llevado a cabo las minorías poco visibilizadas como la comunidad LGTBI o los feminismos cuentan como fenómenos emergentes.

También son ejemplos las respuestas que han dado las personas ante contingencias naturales, como en el caso de los terremotos o huracanes en el país, donde la gente participa de manera espontánea para ayudar a los afectados, así como el comercio ambulante, la delincuencia organizada y el narcotráfico, problemas sociales de alto grado de complejidad.

Los fenómenos emergentes, como ya se mencionó, tienen una corta duración en el tiempo, y surgen de manera esporádica. Son impredecibles tanto en su aparición, pues, aunque haya ciertos indicios, no se puede prever su acontecimiento, como también en cuanto a sus consecuencias, en donde pueden presentarse dos situaciones diferentes: o se origina un cambio abrupto en el sistema lo que redirecciona su trayectoria al punto de plantear nuevas dinámicas de operación y de relación entre los elementos (efecto mariposa Lorenz 1963), o bien, puede no ocurrir absolutamente nada y el sistema seguir como hasta antes del momento de surgir el fenómeno (parto de los montes).

El surgimiento de fenómenos emergentes es el paso previo para la conformación de estructuras autopoieticas en los SCx. Las estructuras autopoieticas podrían comprenderse como la “materialización” de los fenómenos emergentes, pues a partir de la reiteración de las mismas respuestas o dinámicas que lleva a cabo el sistema se generan estructuras con funciones probadas y repetitivas.

La autopoiesis es un concepto planteado por Humberto Maturana y Federico Varela en su texto *De máquinas y seres vivos: autopoiesis: la organización de lo vivo* (1973), que se inserta como parte del cuerpo teórico del enfoque de la complejidad, debido a que puede emplearse para explicar la operación de diversos sistemas tanto vivos, como también sociales desde el análisis de Niklas Luhmann (1997).

La autopoiesis en términos sencillos se debe entender como una capacidad que tienen todos los sistemas complejos para generar estructuras propias que procuren su permanencia a través del tiempo. Maturana y Varela lo definen de la siguiente manera:

“Una máquina autopoietica es una máquina organizada como un sistema de procesos de producción de componentes concatenados de tal manera que producen componentes que: 1) generan los procesos (relaciones) de producción que los producen a través de sus continuas interacciones y transformaciones, y 2) constituyen a la máquina como una unidad en el espacio físico. Por consiguiente, una máquina autopoietica continuamente especifica y produce su propia organización a través de sus propios componentes, bajo condiciones de continua perturbación y compensación de esas perturbaciones (producción de componentes)” (Maturana y Varela 1973)

Cualquier sistema se enfrenta a la irritación de su entorno por diversos factores, esta irritación se incrementa si el sistema no se encuentra estructuralmente acoplado a las condiciones de su contexto. Al momento en que el sistema busca adaptarse a las perturbaciones del entorno es cuando surgen respuestas autopoieticas, generación de nuevos elementos, para continuar existiendo. La producción de sus propios elementos y relaciones que determinan su organización interna es lo que define su morfología y unidad frente a otros sistemas.

Una expresión que se ocupa comúnmente para explicar la autopoiesis es la de “crear un martillo con un martillo”. Al principio la idea parece irracional, sin embargo, deja clara la idea de que los elementos necesarios para generar el segundo martillo se encuentran dentro del primero, lo que se modifican son las relaciones que existen entre los elementos y su organización. Cabe puntualizar que la autopoiesis solo



existe cuando hay una perturbación del entorno que exige una respuesta adaptativa para que el sistema subsista a futuro.

Maturana y Varela definen la existencia de 3 tipos de relaciones de producción dentro de los sistemas autopoieticos:

- a) "Relaciones constitutivas, que determinan que los componentes producidos constituyan la topología en que se materializa la autopoiesis.
- b) Relaciones de especificidad, que determinan que los componentes producidos sean precisamente aquellos componentes definidos por su participación en la autopoiesis,
- c) Relaciones de orden, que determinan que la concatenación de los componentes en sus relaciones de especificidad, constitutivas y de orden sean las especificadas por la autopoiesis" (Maturana y Varela 1973)

Las relaciones constitutivas son las que generan la forma en que se estructura el sistema y sus elementos, es decir, su organización, en este sentido, determina los espacios físicos y simbólicos que ocupará cada elemento para operar; por su parte las relaciones de especificidad determinan que ciertos elementos del sistema se comporten de una manera determinada y no de otra, lo que ayuda a diferenciar unos componentes de otros y a definir las tareas que cumplirán dentro del sistema; por último, las relaciones de orden determinan que las acciones que lleven a cabo los elementos se organicen de tal manera que no interfieran unas con otras, de esta manera, cada elemento o componente dentro del sistema opera en su propio espacio sin interferir con las acciones de otros elementos, lo que ayuda a que el sistema se mantenga a través el tiempo.

De esta manera, un sistema autopoietico se caracteriza por tener una organización determinada en su interior que garantiza su reproducción y adaptación ante las perturbaciones del entorno. Todo sistema autopoietico es un sistema adaptativo que posee una ontogenia propia (historia de cambios del sistema) y que evoluciona constantemente. Maturana y Varela afirman que su existencia como unidad

depende de forma directa de la organización de sus elementos, y que si en algún momento se detiene su autopoiesis el sistema mismo se desintegraría.

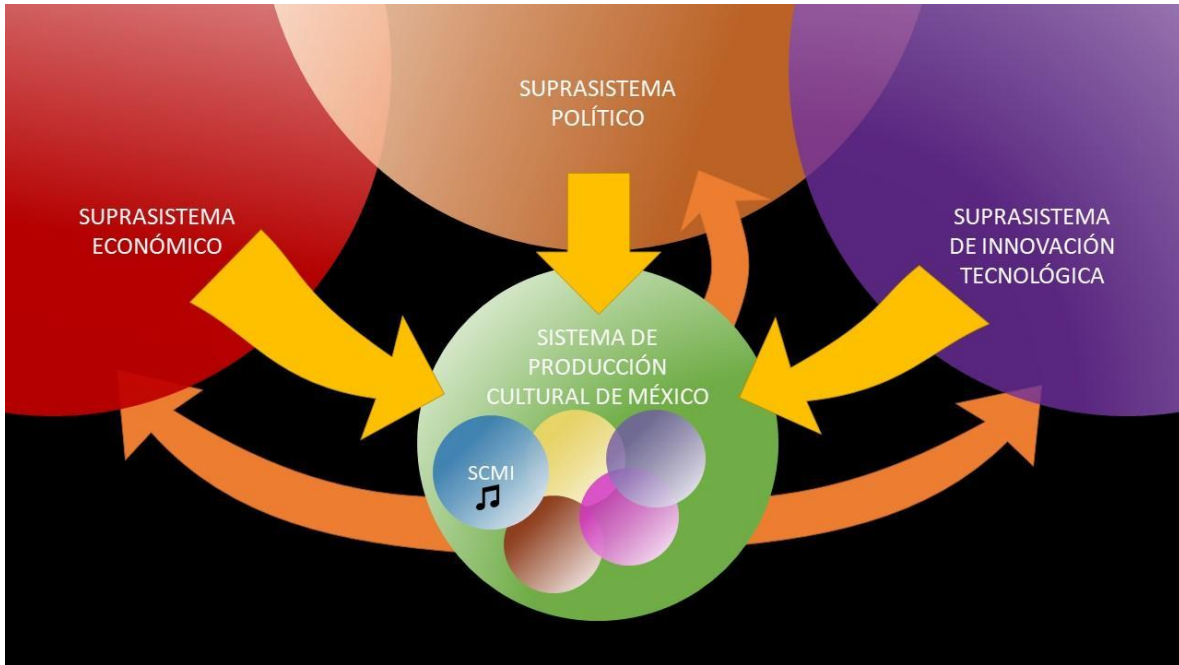
Al comienzo del capítulo se hablaba de la propiedad de autoorganización de los SCx, la cual era la condición necesaria para el surgimiento de fenómenos emergentes que, de ser reiterativa su forma de organización, podría generar estructuras autopoieticas. Lo anterior marca un camino para la construcción de nuevas estructuras en los Sistemas Complejos, todo dependerá de si las condiciones que se presentan en el entorno son favorables o no para su permanencia y si la interacción y relaciones que establecen los elementos ha generado redes robustas y resilientes.

Las relaciones que existen entre los elementos pueden ser simples o robustas, dependiendo de qué tan fuerte ha sido el lazo que se estableció. Las relaciones se robustecen cuando se ha probado que esa ruta es la más eficiente para cumplir con cierto propósito. Cuando se conforman redes de relaciones robustas entre los elementos se puede hablar entonces de la propiedad de la resiliencia de la red, mediante la cual, aunque cualquier relación se llegara a quebrar o dejara de existir un elemento, siempre se trazan nuevas rutas para que el sistema pueda organizarse.

Las estructuras autopoieticas casi siempre cumplen con redes de relaciones robustas y resilientes ya que la misma condición adaptativa los obliga a fortalecer su organización para subsistir. Entre más horizontal sea la distribución del poder en una organización, será más resiliente, porque los elementos podrán adaptarse fácilmente sin la necesidad de recurrir a un controlador central que defina la forma de operar del sistema. Los sistemas en los que los elementos poseen una mayor libertad operativa son los que mejor funcionan al momento de enfrentarse a contextos hostiles que amenazan la integridad de su unidad.

## 2.2 Entorno transaccional (Supra-sistemas)

El siguiente esquema describe de forma sinóptica las argumentaciones que se presentarán a continuación:



*Ilustración 1 Esquema que representa la relación entre los Supra-sistemas del entorno y el Sistema de Producción Cultural en México. Elaboración propia.*

En el esquema anterior, se destaca la “posición” sistémica del subsistema interés de este trabajo: el Subsistema de Creadores de Música Independiente (SCMI), que convive con otros subsistemas similares (de gente de teatro, de danzantes, de escultores, de artistas plásticos, etc.). Todos ellos están inmersos en aquello que en este trabajo identificaremos como el Sistema de Producción Cultural de México (SPCM).

No todos los subsistemas de artistas y creadores de cultura, arte, música, danza, por ejemplo, son independientes. Hay subsistemas de artistas y creadores adosados a la industria o a las instituciones que formalmente se dedican o tienen como propósitos fomentar esas actividades desde un punto de vista ideológico, político o de mera promoción; estas dos situaciones se distinguirán como

producción cultural formal y producción cultural independiente, tema que se abordará más adelante.

Antes de describir las relaciones interactivas que nuestro SCMI, sus componentes y dinámicas, en la siguiente parte de este trabajo, haremos una deconstrucción sistémica (Auyang, 1998; Lara Rosano, 2002) que nos permita establecer la forma en que el Sistema de Producción Cultural Mexicano está determinado por fuerzas y tendencias superiores. Una descripción que se ajusta al Análisis Sintético de los sistemas complejos, es decir, la descripción de la jerarquía sistémica (Simon, 1962) que es otra de las características de todo sistema complejo: está rodeado por un entorno que lo determina y es determinado por un sistema bajo observación. Y ese entorno, está organizado de manera que un gran sistema siempre contiene a otros de menor rango y jerarquía, pero siempre en una relación viva, dinámica.

Como se puede apreciar en el esquema anterior, a consideración de quien observa el sistema, existen tres Supra-sistemas que se encuentran en el entorno transaccional del SPCM, y que lo afectan y a su vez son afectados por éste. Estos Supra-sistemas son el Económico (SSE), el Político (SSP) y el de la Innovación Tecnológica (SSIT), los cuales trabajan en dos niveles distintos, el mundial y el local del país. Para proceder a su descripción, se trabajará con la pregunta: ¿Cómo influye, determina o direcciona el SSE, SSP y el SSIT al SPCM? Cuestionamiento que se responderá en el apartado siguiente.

### **2.2.1 Supra-sistema económico (SSE)**

El Supra-sistema Económico se debe entender como el conjunto de organismos, instituciones y agentes que se dedican a regular el flujo de la riqueza, bienes y servicios de manera local y global. En este sistema se ubican las grandes empresas transnacionales, los corporativos, los bancos, los organismos financieros internacionales y la bolsa de valores, por ejemplo, agentes que han establecido redes comerciales, de producción y de supervisión de las actividades económicas en el mundo. El régimen que establece las reglas de juego con las que los agentes

interactúan es el capitalismo, en su versión más actual conocida como globalización neoliberal o neoliberalismo.

Sin afán de realizar un gran recuento sobre lo que plantea este régimen, ya que no es el objetivo de este trabajo, se retoma la siguiente cita de Immanuel Wallerstein sobre el capitalismo para definirlo:

El capitalismo histórico es ese escenario integrado, concreto, limitado por el tiempo y el espacio, de las actividades productivas dentro del cual la incesante acumulación de capital ha sido el objetivo o 'ley' económica que ha gobernado o prevalecido en la actividad económica fundamental. Es ese sistema social en el cual quienes se han regido por tales reglas han tenido un impacto tan grande sobre el conjunto que han creado las condiciones, mientras que los otros se han visto obligados a ajustarse a las normas o a sufrir las consecuencias. Es ese sistema social en el cual el alcance de esas reglas (la ley del valor) se ha hecho cada vez más amplio, los encargados de aplicar estas reglas se han hecho cada vez más intransigentes y la penetración de estas reglas en el tejido social se ha hecho cada vez mayor" (Wallerstein 1988:7)

Del anterior párrafo se puede destacar el carácter acumulativo de los agentes que interactúan en el SSE. Las empresas tanto locales como extranjeras, en conjunto con los agentes políticos estatales, han generado diversas redes para su propio beneficio y crecimiento, a costa del resto de la población, quienes han tenido que ajustar su forma de vida a las normas de valor y mercantilización.

En este sistema todo producto deberá ser comprendido como una mercancía capaz de ser comercializada para obtener un valor económico, sobre todo. Immanuel Wallerstein (1988) agrega que este sistema ha llegado incluso a imponer un precio a los individuos, quienes solo tienen un valor si es que pueden resultar económicamente productivos. De esta visión se debe destacar que los artistas y particularmente los músicos independientes no serán tomados en cuenta como valiosos porque sus actividades suelen entenderse como altruistas o no remuneradas.

Cabe agregar que el SSE busca propiciar una supuesta libre competencia entre los distintos agentes económicos, sin embargo, son pocas las empresas a nivel mundial que pueden soportar la carrera económica a la cual se enfrentan. Asimismo, son un grupo reducido de países económicamente poderosos, los llamados “primer mundo”, “desarrollados” o “centrales”, quienes determinan las redes económicas que se establecerán a lo largo de las fronteras, y son los países de la periferia (Wallerstein 1979) quienes tienen que competir en un escenario desventajoso y reproduciendo las formas dictadas por los primeros.

No habrá que irse muy lejos en la historia nacional para encontrar evidencia que sostenga el anterior argumento. En el año 2013, el entonces presidente Enrique Peña Nieto promulgó la Reforma Energética como parte de su paquete de reformas estructurales a la constitución mexicana, en la cual, entre otros puntos, planteaba la apertura del mercado petrolero a empresas particulares “competitivas” del sector. El principal interés era abrir paso a la inversión extranjera con el argumento de que así mejoraría la industria petrolera en el país.

Como resultado de lo anterior, las empresas encargadas de la extracción de hidrocarburos nacionales y venta de gasolina corre a manos de las empresas extranjeras BP (RU), Chevron (EU), Deutsche Erdoel (Alemania), ENI (Italia), ONGC (India), Shell (Países Bajos), Premier Oil (Reino Unido), Total (Francia) y Exxon (EU), junto con Pemex (Forbes 2018). Como se puede destacar, la competencia solo quedó abierta para países del centro de la economía, ya que países de las periferias no cuentan con la capacidad competitiva que tienen las grandes trasnacionales. Es así como gran parte de los recursos naturales de México están repartidos entre agentes externos al país.

Ligado a lo anterior, con el fin de comprender mejor el SSE y sus reglas de operación en la actualidad, se puede acudir a las “recomendaciones” que el Fondo Monetario Internacional realizó en el Consenso de Washington en 1989, a los países en periféricos para “superar” sus supuestas crisis económicas. Estas afirmaciones siguen siendo el esquema político-económico que se implementa en México, y que

ha traído graves dificultades en países como Chile, Bolivia, Panamá y recientemente a Venezuela.

De manera actualizada Patricia Navia y Andrés Velasco, citado en Ramírez y Reyes (2012), realizan el siguiente cuadro que contempla los puntos del Consenso de Washington originales y agregan diez más que se han planteado en años recientes.

CUADRO 4  
*El Consenso de Washington no ha muerto;  
viva el nuevo Consenso de Washington*

Consenso de Washington original	Consenso de Washington extendido
	<i>La lista original más:</i>
Disciplina fiscal	Reforma política legal
Reorientación de gastos públicos	Instituciones reguladoras
Reforma tributaria	Anticorrupción
Liberalización financiera	Flexibilidad del mercado laboral
Tipos de cambio unificados y competitivos	Acuerdo con la Organización Mundial del Comercio
Liberalización del comercio	Códigos y estándares financieros
Apertura a la inversión extranjera directa	Apertura "prudente" de la cuenta capital
Privatización	Regímenes de tipo de cambio no intermediados
Desregulación	Redes de seguridad social
Asegurar los derechos de propiedad	Reducción de la pobreza

Cuadro elaborado por Patricia Navia y Andrés Velasco, "Las reformas de segunda generación, Después del Consenso de Washington, 2012, p326

Se destaca el carácter "financierista" del cuadro anterior, en donde todo tipo de fuerzas o productos de carácter cultural originaria son sometido a los criterios del mercado o de productividad y ganancia económica. Los mercados locales, y sus productos (en este caso culturales), deberán someterse a los lineamientos planteados por los organismos económicos internacionales (Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional) y permitir la intromisión de los países centrales en las economías periféricas.

A continuación, abordaremos particularmente cómo es que el SSE interactúa con el sistema central de esta investigación.

## ¿Cómo afecta el SSE al SPCM?

En el siguiente esquema se muestra la relación que existe entre el SSE mundial y local, y el SPCM, dentro del cual se apuntan las formas en que estos sistemas se afectan mutuamente.

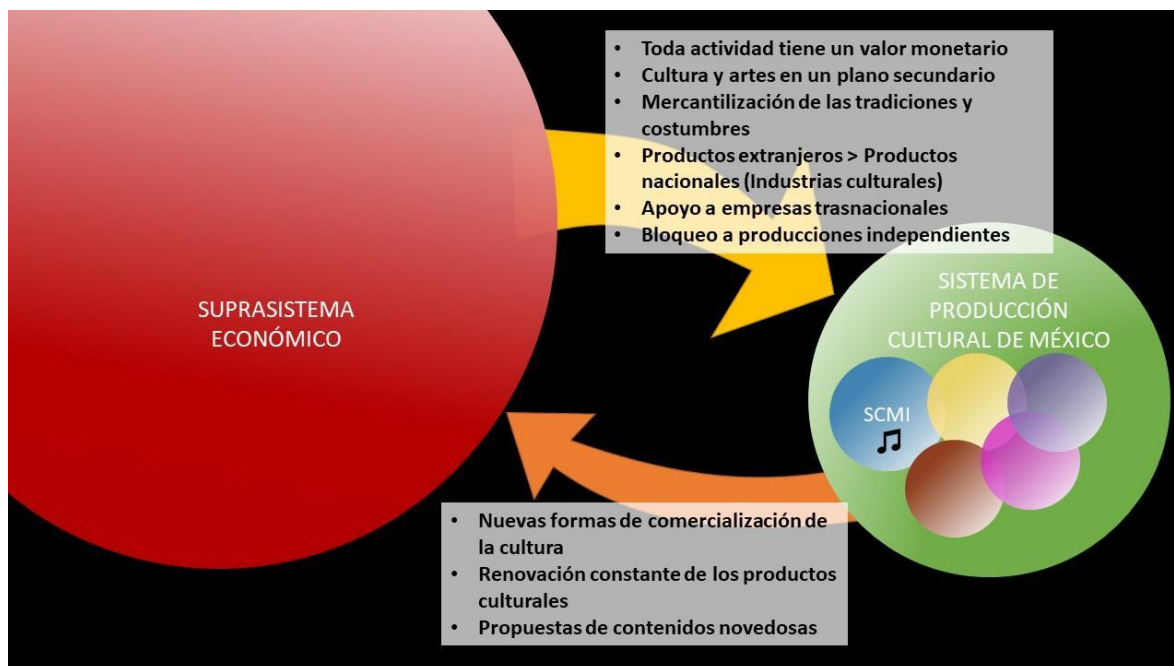


Ilustración 2 Esquema que muestra la relación desigual entre el SPCM y el SSE. Elaboración propia.

La manera en que el SSE se puede definir en las siguientes afirmaciones:

- **A1** Promueve el esquema comercial en el que toda actividad debe tener un valor monetario.
- **A2** Relega a la cultura y las artes en un sentido solidario o comunitario (es decir, que no reditúan dinero) pasan a un plano y valor secundarios.
- **A3** Mercantilización de las tradiciones y costumbres. Pasan a un plano anecdótico episódico, “folclórico”.
- **A4** Promoción de productos culturales extranjeros por encima de los nacionales (Industrias culturales), donde los productos nacionales son considerados de baja estofa o calidad limitada.
- **A5** Existencia de empresas transnacionales en la industria de la cultura y específicamente la música, quienes determinan el valor del trabajo cultural mediante la imposición de tabuladores y “salarios tope”.



- **A6** Bloqueo a producciones culturales independientes, fuera de los circuitos comerciales.

Por su parte, el SPCM devuelve a manera de respuesta lo siguiente:

- **D1** Genera nuevas formas de comercialización de la cultura y las artes
- **D2** Renueva de forma constante y perpetua los productos culturales de consumo a través de movimientos “contraculturales” que a la larga son asumidos por la industria en un sentido mercantil y banal, erradicado de su contexto cultural.
- **D3** Puede proponer contenidos culturales novedosos.

A continuación, se desarrollará brevemente cada uno de estos puntos para su mejor comprensión:

**A1: Promueve el esquema comercial en el que toda actividad (incluidas las educativas y culturales) debe tener un valor monetario.**

El SSE promueve un esquema de intercambio comercial en el que todo producto o actividad debe generar dinero o ganancia, pues, de lo contrario, se le consideraría una pérdida de tiempo y sin valor para el sistema. El valor monetario de los productos es establecido por el mercado y por los agentes que lo regulan, de tal manera que no existe una competencia leal ni equilibrada al momento de establecer los precios de los productos, pues estarán determinados por el mercado internacional.

En este sentido, como se mencionó anteriormente, todo producto cultural deberá tener un valor monetario para poder circular en el mercado y subsistir en el sistema. Las actividades artísticas o culturales (tradiciones, costumbres, creencias, prácticas sociales, esquemas de valores) serán determinadas por su valor monetario, y la cantidad de ganancia que tendrán las empresas al momento de comercializarlas.

Un ejemplo claro es el éxito de las películas industriales que se distribuyen en el mundo, el cual siempre está medido por la recaudación económica que tuvieron en

taquilla, antes que por un criterio estético o de calidad. En el siguiente cuadro se puede apreciar claramente:

N.º	Película	Fecha de estreno (EE. UU.)	Distribuidora(s)	Recaudación en EE. UU.	Recaudación en otros países	Recaudación mundial	Presupuesto	Cierre de taquilla
1.	<i>Avengers: Infinity War</i>	27 de abril	Walt Disney Pictures	810 815 482	1 668 544 272	2 478 900 111	321 000 000	13/09/18
2.	<i>Black Panther</i>	16 de febrero	Walt Disney Pictures	700 059 566	646 853 595	1 346 913 161	200 000 000	09/08/18
3.	<i>Jurassic World: El reino caído</i>	22 de junio	Universal Pictures	417 179 760	891 764 701	1 309 484 461	170 000 000	04/10/18
4.	<i>Los Increíbles 2</i>	15 de junio	Walt Disney Pictures	608 581 744	634 221 293	1 242 803 037	200 000 000	13/12/18
5.	<i>Aquaman</i>	21 de diciembre	Warner Bros.	334 036 292	809 600 000	1 143 636 292	160 000 000	-
6.	<i>Bohemian Rhapsody</i>	2 de noviembre	Fox	215 236 464	660 542 971	875 779 435	52 000 000	-
7.	<i>Venom</i>	5 de octubre	Sony / Columbia	213 515 506	641 488 448	855 013 954	100 000 000	24/01/19
8.	<i>Mission: Impossible - Fallout</i>	27 de julio	Paramount	220 159 104	570 956 000	791 115 104	178 000 000	18/10/18
9.	<i>Deadpool 2</i>	18 de mayo	Walt Disney Pictures	324 591 735	460 455 185	785 046 920	110 000 000	18/10/18
10.	<i>Animales fantásticos: Los crímenes de Grindelwald</i>	16 de noviembre	Warner Bros.	159 555 901	494 100 000	653 655 901	200 000 000	21/02/19
11.	<i>Ant-Man and the Wasp</i>	6 de julio	Walt Disney Pictures	216 648 740	406 025 389	622 674 139	162 000 000	01/11/18
12.	<i>Ready Player One</i>	29 de marzo	Warner Bros.	137 690 172	445 200 000	582 890 172	175 000 000	05/07/18
13.	<i>Operation Red Sea</i>	23 de febrero	Well Go USA	1 543 547	577 677 013	579 220 560	70 000 000	19/04/18
14.	<i>Detective Chinatown 2</i>	16 de febrero	Warner Bros.	1 883 984	542 077 932	544 061 916	—	05/04/18
15.	<i>Méjaloón</i>	10 de agosto	Warner Bros.	145 443 742	384 800 000	530 243 742	130 000 000	01/11/18
16.	<i>Hotel Transylvania 3: Summer Vacation</i>	13 de julio	Sony / Columbia	167 510 016	361 073 758	528 583 774	80 000 000	29/11/18
17.	<i>Ralph Breaks the Internet</i>	21 de noviembre	Walt Disney Pictures	200 511 483	324 105 299	524 616 782	175 000 000	-
18.	<i>El Grinch</i>	9 de noviembre	Universal Pictures	270 620 950	240 682 559	511 303 509	75 000 000	14/02/19
19.	<i>Bumblebee</i>	21 de diciembre	Paramount	127 195 589	332 317 252	459 512 841	135 000 000	07/03/19
20.	<i>A Star is Born</i>	5 de octubre	Warner Bros.	214 528 511	217 400 000	431 928 511	36 000 000	-

Cuadro de películas más exitosas 2018. Anexo Wikipedia.org.

Del cuadro se pueden destacar dos cuestiones principales:

La primera es que no existe una relación directa entre la ganancia monetaria (éxito) de cada película y su valor cultural, pues muchos de estos productos reproducen esquemas narrativos y de contenido que se han consumido por más de 30 años. Más bien lo que ha funcionado para estas películas han sido sus esquemas de marketing y publicidad que las colocan en el mercado con mayor presencia y accesibilidad.

Lo segundo es que las empresas que producen las películas son agentes consolidados en la industria de la cultura. Son los mismos agentes preponderantes los que obtienen mayores ganancias por películas que tienen mejores circuitos de distribución. Por consiguiente, al extrapolarlo a otras expresiones culturales, como la música, el teatro y la danza, solo serán considerados exitosos los productos que recauden altas ganancias y se ajusten a los estándares comerciales en cuanto a estética, propuesta, temática o bien, cuyos creadores ya se encuentran conectados con agentes económicos del SSE. Esto no quiere decir que los productos independientes carezcan de valor o reconocimiento pues esto lo reciben de pequeños públicos o comunidades que apoyan los apoyan y consumen.

**A2: Relega a la cultura y las artes en un sentido solidario o comunitario (es decir, que no reditúan dinero) pasan a un plano y valor secundarios.**

Toda expresión artística y cultural que no entre dentro de los esquemas que plantean las empresas y agentes del SSE será considerado como una expresión de solidaridad o tendrá un sentido comunitario, por lo tanto, se le relega a tener un valor secundario en el sistema de producción. No importa si dichas expresiones se generaron por instituciones formales o individuos o colectivos independientes.

Como se mencionó en el punto anterior, al ser poco redituables las artes y la cultura, sobre todo las que no tienen un carácter meramente comercial, se les presta poca atención y se le brindan pocos espacios de difusión además de bajo presupuesto en el caso de las instituciones formales.

Los artistas y creadores de cultura deben atenerse a la búsqueda de becas y apoyos gubernamentales que son pocos y mal pagados para desarrollar sus productos. A continuación, se muestra el presupuesto de la federación destinado a cultura en los últimos años:

<b>Año</b>	<b>Presupuesto para cultural (mdp)</b>	<b>Presupuesto de Egresos de la Federación (Total en mdp)</b>	<b>% dirigido a Cultura</b>
2012	16 mil 663	3 B 706 mil 922	.0044%
2013	16 mil 434	3 B 956 mil 361	.0041%
2014	18 mil 347	4 B 467 mil 225	.0041%
2015	18 mil 364	4 B 694 mil 677	.0039%
2016	15 mil 255	4 B 763 mil 874	.0032%
2017	12 mil 428	4B 888 mil 892	.0025%
2018	12 mil 916	5B 279 mil 667	.0024%
2019	12 mil 894	5B 838 mil 059	.0022%

Tabla elaboración propia a partir de datos obtenidos los periódicos (El Universal, El Economista, La Jornada) y el documento de Presupuesto de Egresos de la Federación para los Ejercicios Fiscales Anuales publicado en el Diario Oficial de la Federación.

La cantidad de dinero que se emplea en actividades culturales a nivel nacional es muy baja, sobre todo si se contrasta con la cantidad de dinero que aporta al Producto Interno Bruto. Tan solo en el último año las actividades relacionadas con la cultura aportaron el 3.3% del total del PIB anual. Un dato que cabe destacar es que fue hasta el año 2015 que se formó una secretaría de cultura, y se le asignó un presupuesto propio hasta el año 2017 (DOF 2017).

Para el SSE la cultura se encuentra en un plano secundario, entendida más como parte del entretenimiento y el tiempo de ocio que como una actividad profesional y digna de ser remunerada, además que, por supuesto, queda de lado su importancia social respecto a la preservación de la identidad como país y la transformación de las relaciones sociales en las comunidades.

### **A3: Mercantilización de las tradiciones y costumbres. Pasan a un plano anecdótico episódico, “folclórico”.**

En el SSE las tradiciones y costumbres locales presentan un obstáculo para la “modernización” de las sociedades. En este sentido las prácticas culturales de las comunidades originarias son “rezagos” que se oponen a la cultura imperante de los países desarrollados y representan un obstáculo para todos los proyectos que se desarrollan en la economía mundo.

El “Convenio sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural” que gestiona la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), pronunciado en la Convención mundial de Noviembre de 1972, en su Artículo 1 define:

A los efectos de la presente Convención se considerará "patrimonio cultural":

- los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
- los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
- los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

(UNESCO 1972)

Aunado a esto, el Convenio para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, aprobado por la Conferencia General de la UNESCO en 2003, complementó la definición en su Artículo 2:

Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los

grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. (UNESCO 2003)

Estos dos convenios declaran patrimonio cultural de la humanidad, sea material o inmaterial, a ciertos productos culturales mediante la solicitud del país en el que se albergan. Sin embargo, la realidad es que, pese al nombramiento, no hay una protección de las tradiciones y costumbres de una cultura, así como de sus productos originales, como artesanías, bailes, música e indumentaria, pues dichos organismos internacionales solo lo adhieren a su agenda sin presentar un proyecto de protección y salvaguarda de lo declarado.

Néstor García Canclini (1982:13) afirma que: “el capitalismo no avanza eliminando las culturas tradicionales, sino apropiándose de ellas, re-estructurándolas, reorganizando el significado y la función de sus objetos, creencias y prácticas.” Todo producto que resulte redituable al SSE será retomado y puesto en competencia contra otros productos, donde prevalecerá el que presente mayores ganancias económicas. De ser necesario, el producto cultural deberá modificarse y adecuarse a la demanda del mercado, no importando si son tradiciones y costumbres milenarias.

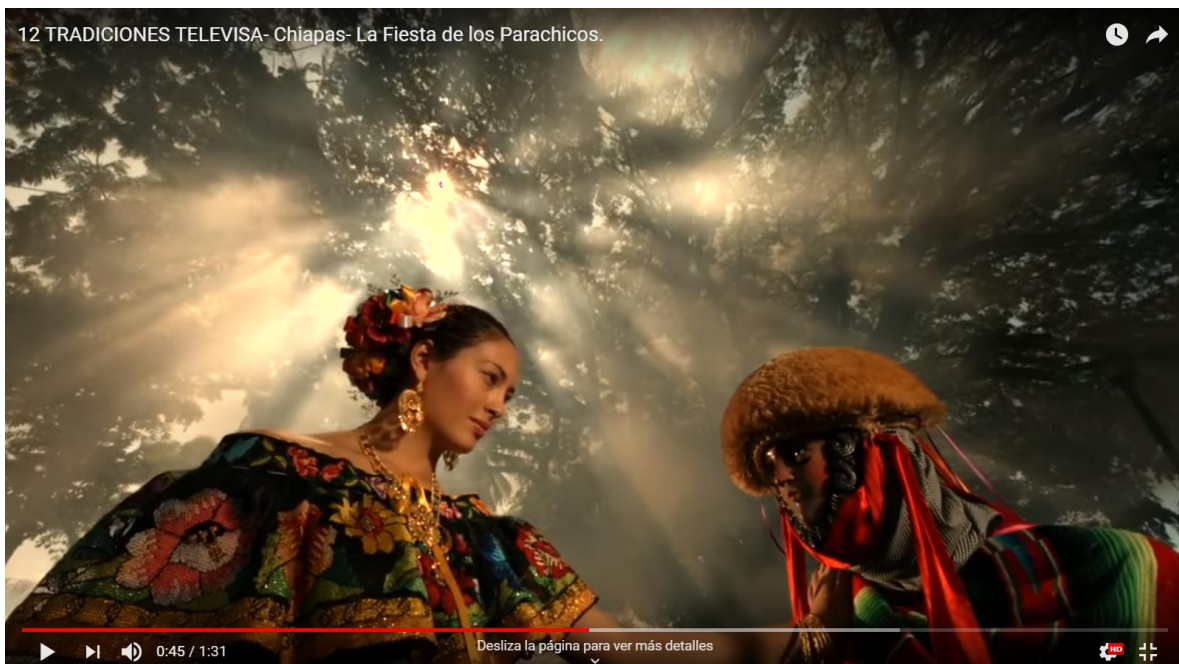
Investigadores como Georgina Flores Mercado y Fernando Nava L. afirman que las proclamaciones de la UNESCO solo sirven al SSE para propiciar la mercantilización de los productos culturales originarios, respaldado por la promoción del turismo nacional y extranjero. De esta manera, los productos culturales que le brindan una identidad y sentido a comunidades originarias del país son re transformados para

su venta ante un público que busca adquirir experiencias, viajes, satisfacción personal (Mercado y Nava, 2016).

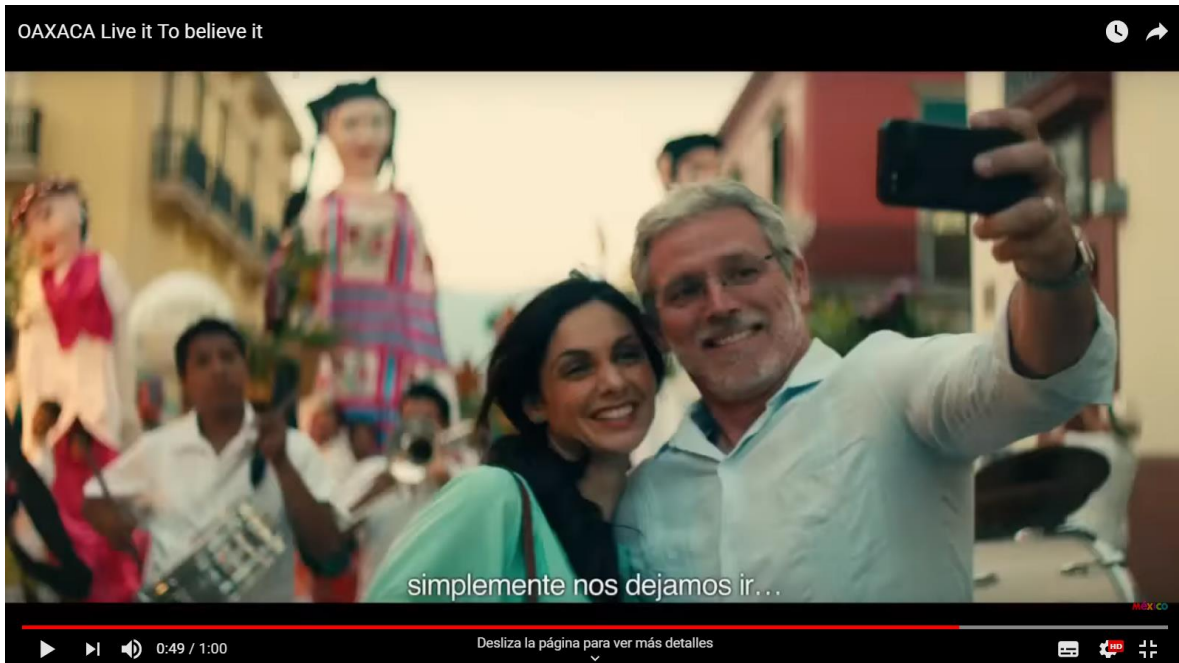
“El flujo de importantes cantidades de recursos económicos suele justificarse porque, se dice, este tipo de eventos y festivales [turístico-culturales] contribuyen a la permanencia de las tradiciones dancísticas y musicales. No obstante, los músicos tradicionales de las comunidades indígenas afrodescendientes o rurales, es decir, los verdaderos “agentes” de la tradición, tienen un limitado acceso a estos recursos económicos, trátese de los administrados por las instituciones gubernamentales o de los manejados por las empresas privadas. Por esto es factible preguntarse: ¿Quién realmente se beneficia del “turismo cultural”? ¿Las poblaciones, los empresarios, los gobiernos? (Duterme, 2007, citado en Mercado y Nava, 2016:12)

Situación similar ocurre con los músicos independientes en los festivales de música, tema central de este trabajo, la cual se describe en el próximo capítulo.

Hay que afirmar que las tradiciones y costumbres se transforman en anécdotas lejanas a la cultura predominante es del todo una realidad. Basta con revisar los spots publicitarios que promueven el turismo hacia los nombrados “Pueblos mágicos”, la publicidad de “Visit México” con su nueva campaña “Live it to Believe it” y las cápsulas “Televisa Tradiciones”, entre otros ejemplos.



Video *La fiesta de los Parachicos* de la serie de spots “Tradiciones Televisa”, producido por Grupo Televisa. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=dOMjAJYzlhI>



Video *Oaxaca* de la campaña turística “Live it to Believe it”, producido por Visit México, el cual está narrado por completo en inglés. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=XB94SL9tA0s>

Para poder apreciar el manejo de las tradiciones y costumbres en la publicidad enfocada al turismo se muestran los dos ejemplos de video anteriores. La cultura pasa a tener un carácter episódico ajeno para los nacionales y extranjeros, quienes lo admiran como algo exótico y extraordinario, como si se tratara de una ficción.

**A4: Promoción de productos culturales extranjeros por encima de los nacionales (Industrias culturales), donde los productos nacionales son considerados de baja estofa o calidad limitada.**

En el SSE los productos culturales creados por los países centrales, potencias económicas, tienen una mayor promoción y sobre todo son considerados de mejor calidad que los generados por países periféricos. Esta situación se da principalmente debido a que los circuitos de distribución de los productos culturales



creados por empresas trasnacionales tienen mayor cobertura y por lo tanto hay una posibilidad más amplia de conseguir consumidores, lo que también se relaciona con la alta inversión en publicidad que les ofrece más espacios en medios de comunicación nacionales y sus canales de difusión.

De esta manera, por ejemplo, la música producida por las grandes disqueras se distribuye en los medios con mayor alcance y por tanto obtiene las mayores ganancias. Se puede consultar la lista semanal hecha por la revista estadounidense Billboard que muestra las canciones que generan más ventas a nivel mundial. En esta lista titulada *The hot 100* (Billboard 2019) se encuentran las canciones que se escuchan con mayor frecuencia en los espacios comerciales en muchos países del mundo, cabe destacar que el género predominante es el pop electrónico, la electrónica y el reggaetón.

Los artistas creadores de dicha música pertenecen a empresas trasnacionales con sede en países centrales, que les consiguen espacios en diversos medios y foros, por lo que las personas pueden acceder a su música con mayor facilidad ya que se encuentran a su alcance casi inmediato. Esto no significa que los públicos no puedan diferir sobre los contenidos musicales que consumen, más bien refiere a que existen ciertos productos que se superponen a otros, en este caso, la música industrial (comercial) frente a la música independiente; la música extranjera (principalmente estadounidense) frente a la nacional.

De esta manera, los circuitos de distribución industrial están ocupados por productos culturales creados por agentes económicos preponderantes a nivel mundial. Así como se habló de la música, también se puede ejemplificar con el cine, la televisión, las artes visuales, la literatura, entre otras expresiones de la cultura.

Lo anterior no es un tema reciente, pues refiere a lo que Max Horkheimer y Theodor Adorno, inscritos en la teoría crítica de los años cuarenta, nombraban industria cultural en el ensayo "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas" publicado en su libro *Dialéctica de la ilustración* (1944).

El concepto de *Industria cultural* describe la existencia de empresas o agentes que buscan generar riqueza a partir de la simplificación de la cultura reflejada en productos creados en serie para su consumo colectivo (los autores referían a la “cultura de masas”). Dichos productos presuponen la reproducción de la ideología de sus creadores, pues se encuentra impresa en los mensajes culturales soportados en las mercancías.

Ahora se puede hablar de la consolidación de consorcios empresariales que se dedican a la creación de productos culturales, que ocupan y gestionan los circuitos comerciales de distribución y que promueven su sistema de creencias y valores en países poco desarrollados.

Este esquema mercantil tiene éxito en países como México debido a tres cuestiones principalmente: la primera es la carente estructura de producción cultural nacional en todo aspecto, la segunda es la poca inversión en cultura por parte del Estado mencionada con anterioridad y la tercera es que los productos nacionales son considerados de menor calidad que los extranjeros.

Los productos culturales nacionales son relegados a segundo término frente a los productos creados en el extranjero. Este aspecto es un factor de carácter ideológico que impacta en el aspecto económico, pues las mercancías importadas serán mejor retribuidas que las producidas en el país. Esto último se liga con el siguiente punto por abordar.

**A5: Existencia de empresas trasnacionales en la industria de la cultura y específicamente la música, quienes determinan el valor del trabajo cultural mediante la imposición de tabuladores y “salarios tope”**

Como ya se mencionó anteriormente, existen empresas que se han consolidado en la industria de la cultura a nivel mundial, quienes determinan los contenidos y productos que se distribuyen. En este punto, además de lo dicho, también se destaca su papel como agentes determinantes de los salarios que deben ganar los creadores de cultura en el país mediante la imposición de tabuladores.

Las empresas trasnacionales se encuentran establecidas en países desarrollados y tienen sub-establecimientos en países periféricos. Fue a partir de la aplicación de las medidas neoliberales que tuvieron plena libertad para establecer sus mercados en países periféricos debido a la apertura de las fronteras, las facilidades en cuanto al pago de impuestos y el debilitamiento de las instituciones nacionales del país.

Solo hablando de la cultura, existen consorcios dedicado al entretenimiento que tienen cobertura mundial y que monopolizan las prácticas culturales para producir mercancías que sean rentables. En ese sentido, se puede destacar la presencia de empresas como Time Warner, Warner Bros. Entertainment Inc., Sony Entertainment Network, The Walt Dinsey Company, Corporación Interamericana de Entretenimiento, Universal Studios, Fox Broadcasting Company, NBC Universal, 20th Century Fox, British Broadcasting Corporation, Live Nation y AEG Live, las cuales producen la mayor parte de los contenidos que circulan en los diversos medios de comunicación a lo largo del mundo.

Estas empresas establecen el valor de los productos y fijan tabuladores de precios y salarios para las producciones culturales; además dominan el mercado y dejan poco espacio para que las producciones independientes o marginadas puedan difundirse por los canales comerciales. Por ejemplo, el caso de la empresa de espectáculos Ocesa, la cual administra la organización de los eventos culturales que se exhiben en los foros de gran demanda como el Foro Sol, El Auditorio Nacional y el Palacio de los Deportes, entre otros.

El caso de las empresas dedicadas a la realización de eventos es muy representativo porque concentran los productos culturales que se difunden a nivel mundial y gestionan los todos los espacios de mayor aforo y relevancia en los distintos países. En una nota publicada en enero de 2017, en el periódico El Economista, se hizo un recuento de las empresas de eventos con mayor retribución económica del año anterior (Gutiérrez, 2017).

Las empresas que generaron mayores ganancias tomando como referencia la venta de boletos fueron las siguientes:

Lugar	Empresa	Ventas de boletos
1er	Live Nation Entertainment, Ticket Master (EU)	44k 337,644
2do	AEG Live (EU)	15k 183,802
3er	Ocesa, CEI (Mx)	3k 679,916
4to	Feld Entertainment, Disney (EU)	3k 482,402
5to	Time for Fun (Br)	2k 558,556
6to	SJM (RU)	2k 129,971
7o	Zignia Live, Grupo Avalanz (Mx)	1k 623,090
8o	Caesars Entertainment Corporation (EU)	1k 565,899

\*Cuadro elaborado a partir de la nota "Ocesa es el tercer promotor más importante del mundo", periódico El Economista, México, 08 de enero de 2017

Dichas empresas tienen acuerdos con empresas de la industria musical para promover a sus artistas y productos, además de que gestionan los recintos mejor consolidados a nivel mundial, como Radio City Music Hall, Royal Albert Hall, The Colosseum At Caesars Palace, Wembley Stadium, Metlife Stadium, Amsterdam Arena, Empire Polo Club, The O2 London y Madison Square Garden hablando del extranjero y el Auditorio Nacional, el Foro Sol, la Arena Ciudad de México, la Arena Monterrey, el Palacio de los Deportes, el Autódromo Hermanos Rodríguez y el Parque Fundidora al hacer referencia al nivel local.

Los precios de los boletos, los costos de renta del espacio, las condiciones en que se llevan a cabo los eventos son determinados por dichas empresas, así como también los sueldos que ganarán los artistas. Si se trata de artistas consolidados, existe una mayor probabilidad que la negociación sea en términos más o menos par a par, sin embargo, para músicos que aspiran a la fama, el reconocimiento y los circuitos de difusión más redituables, los costos de inversión son impagables y los sueldos que recibirán por su trabajo, casi mínimos, cuestión que encamina al siguiente punto.

## **A6 Restricciones a producciones culturales independientes en los circuitos comerciales.**

No solo existe una cuestión de competencia de los productos culturales comerciales frente a los productos culturales independientes, sino las empresas de la industria promueven acciones específicas restrictivas hacia la difusión de las segundas. De esta manera, por ejemplo, nunca se podrá escuchar una canción de un músico independiente en una estación comercial a menos que aporte una cantidad establecida de dinero (payola).

Asimismo, creaciones artísticas independientes, como lo puede ser una pintura, una pieza dancística, una obra de teatro, una escultura, siempre se enfrentarán a los bloqueos que imponen los agentes consolidados en los circuitos de distribución y difusión, como lo son dueños de galerías, curadores de arte, gestores culturales, debido a que es probable que dichos productos no generen la ganancia esperada por ellos.

Solo las producciones culturales creadas en la industria serán promovidas y el resto realizado por creadores independientes se le obliga a apegarse a la línea estética y discursiva establecida o bien subsistir en la marginación.

Cabe aclarar en este punto, que en esta investigación no se pierde de vista la participación de los consumidores, quienes, por supuesto deciden los productos que desean consumir y que conocen por qué canales pueden adquirirlos. Ellos forman parte fundamental del circuito de promoción de los productos culturales, sin embargo, el tema de la accesibilidad es lo que diferencia a los productos industriales de los productos independientes, que cuentan con menores recursos para acceder a estrategias de difusión industrial para llegar a públicos más amplios.

Si los productos no son promovidos por empresas o artistas que ya se encuentran posicionados en dichos espacios, se limitará su entrada y difusión a espacios independientes con una baja remuneración económica que probablemente los obligue a dedicarse a actividades fuera del campo de la cultura para solventar sus gastos.

Las restricciones son gestionadas por personas o grupos de personas que se dedican a evaluar los productos que tienen mayores posibilidades de ser económicamente exitosos o bien que acceden al espacio mediante el pago de dinero. A estos agentes, desde la teoría de la *Agenda setting* (McCombs y Shaw, 1972), se les conoce como Gatekeepers, y se encargan de frenar los contenidos o productos que lleguen mediante el argumento de una selección (curaduría) que se apegue a la línea editorial de la empresa o medio para el que labora.

Con esto se finaliza el apartado que describe al Suprasistema Económico que se encuentra en el entorno transaccional del Sistema de Producción Cultural Mexicano. A continuación, se hará la descripción del segundo Suprasistema por considerar, el cual refiere a lo político.

### **2.2.2 Supra-sistema político**

El Supra-sistema Político se debe entender como el conjunto de actores, instituciones, reglas de operación, normas y relaciones de poder, internas y externas, que determinan las decisiones que rigen al mundo y los estados nación. Dentro del SSP se reconoce el sistema político mundial y el sistema político nacional de México. El primero se compone de instituciones y acuerdos internacionales que establecen la trayectoria que seguirán el total de las regiones y países del mundo, y el segundo se encarga de normar al país al interior mediante políticas públicas y su aplicación en programas sociales.

Antes de continuar con la descripción del SSP, primero habrá que definir a la política o lo político dentro de un espacio y tiempo determinado. Basado en Max Weber y Daniel Bell, Alejandro Gallardo Cano (2018) establece que la política, intrínsecamente relacionada con el poder, cumple cuatro funciones de operación recurrentes: la lucha por la obtención del poder, la planeación (estrategia y programas), la administración (gestión y ejercicio) y el mantenimiento (mediante la implantación, la negociación o la imposición). Dichas funciones siempre estarán determinadas por la teleología de los actores o agentes del sistema.

Esta categorización muestra de manera sintética las reglas de operación de cualquier sistema político, las cuales, a su vez, cuentan con acciones concretas para su aplicación, desde acciones de conciliación y negociación, hasta la confrontación directa y la coerción. En el SSP las relaciones entre actores siempre son de carácter asimétrico, debido a que ciertos agentes o países tienen un mayor peso sobre otros, cuestión que se había mencionado anteriormente (centrales vs periferia).

Como el SSE, el SSP también está involucrado en los procesos de globalización neoliberal, puesto que sirve como la plataforma institucional para la aplicación de las medidas económicas en acciones políticas concretas, como el detrimento de los derechos de los trabajadores, la promoción de una educación básica deplorable, la apertura de las fronteras al libre mercado y la libre empresa, y, la que interesa en este trabajo, marginación de la cultura y las artes ya que son consideradas actividades que fomentan el pensamiento crítico, activo y reflexivo.

El proceso de globalización se ha abordado desde distintas ópticas y disciplinas, lo que presenta, por tanto, una visión muy variada del objeto. En términos amplios, se podrían tratar ocho transformaciones políticas o procesos (Gallardo, 2018) que se han impulsado con esta visión de la globalización:



Esquema del Subsistema de la Globalización de tipo u operación gubernamental o estatal elaborado por Alejandro Gallardo Cano (2018)

A continuación, se describirán brevemente cada uno de estos puntos:

- 1. Proceso de Integración: acuerdos y tratados:** Existen procesos de integración de los países a las dinámicas globales mediante los acuerdos y tratados internacionales, los cuales plantean ser bilaterales, pero que se establecen en escenarios de desigualdad de oportunidades y poder político.
- 2. Cooperación, alianza, fusión o simbiosis de gobiernos locales:** Los gobiernos locales establecen relaciones de cooperación, alianzas, fusiones o simbióticas para ejercer medidas homologadas que provienen de mandatos externos a partir de instituciones mundiales.
- 3. Captura crediticia: endeudamiento:** El endeudamiento o -como Gallardo Cano lo denomina- la captura crediticia es una de las estrategias más utilizada para obligar a los gobiernos locales de países periféricos a acatar las normas del exterior, debido les ofrecen préstamos monetarios exorbitantes, que inflan su deuda externa.



Al elevar la deuda que tienen los países con las instituciones que realizan el préstamo prosigue una labor de chantaje político que los lleva a aceptar la aplicación de medidas que favorecen a los actores poderosos.

**4. Corporativismo:** Las corporaciones y negocios dominan las decisiones políticas a nivel global, regional, nacional y local mediante el poder económico que los ubica como agentes preponderantes y que se traduce en presión para obligar que la política se ejerza siempre a su beneficio.

**5. Brechas digitales:** Pese a la idea poética de que el proceso de globalización ha llevado la tecnología y la interconexión de todos y cada uno de los pobladores del mundo, la realidad es que la existencia de Brechas digitales, tanto tecnológicas como educativas, afecta al grueso de la población. En mayo de 2020, en México solo el 56.4 % del total de hogares contaba con conexión a internet (INEGI, 2020). De esta manera, se acentúan las diferencias y se invisibiliza a los grupos que no se encuentran conectados, pues no todos pueden tener acceso a esta red mundial.

**6. Dependencia Tecnológica:** Sin duda alguna México y países que se encuentran en sus mismas condiciones dependen de la tecnología generada en países centrales, lo que significa un gran problema para ellos pues garantiza que siempre se encuentren en desventaja al momento de adquirir los desarrollos tecnológicos sobre todo al aceptar los precios que establecen los fabricantes. México se vuelve ante esto un país consumidor y nunca productor, lo que se traduce en que no se encuentra en condiciones para ser una potencia tecnológica mundial.

**7. Regionalización:** Varios autores (Ohmae 2005, Rocha 2001, Fulvio 2001, entre otros) han hablado de un evidente proceso de regionalización que vive el nuevo sistema político mundial derivado de la Globalización. El concepto refiere a una forma de organización-alianza estratégica que vincula a lo que antes se conocía como Estados Nación entre ellos y los somete a acuerdos y tratados "bilaterales" que buscan el beneficio conjunto. Algunos ejemplos claros de estas regiones económico-políticas son la Unión Europea, los países del TLCAN, el bloque de los BRICS, entre otros.

Como se ha reflexionado con anterioridad, dichas relaciones son dispares por las condiciones que enfrenta cada país debido a que no se encuentran en igualdad de oportunidades para exigir o establecer su voluntad en un mismo nivel que otros. El caso concreto de México es un ejemplo claro de lo dicho, pues pertenece a una región en Estados Unidos y Canadá son países con capitales más grandes y con corporaciones más abarcativas, lo que significa que son ellos quienes dictan las normas que se deben seguir a partir de sus intereses particulares.

**8. Desterritorialización y desnacionalización:** Por último, como consecuencia del proceso de regionalización global se presentan dos procesos que hacen sinergia con ello: la desterritorialización y la desnacionalización de los países.

Es evidente la venta de territorio a manos extranjeras, permitido por las políticas públicas de los gobiernos nacionales. El caso más evidente es el de los litorales mexicanos, que ahora pertenecen a empresas en su mayoría estadounidenses. De acuerdo con el portal de noticias *Aristeguinoticias* más del 65% de los litorales pertenece a extranjeros, quienes comenzaron a comprar los terrenos a partir de la modificación del año 2013 que se realizó al artículo 27° constitucional en el que autorizaba la entrada de compradores de países externos. Dicho sea de paso, esta acción implicó el desplazamiento de alrededor de 1.5 millones de habitantes que vivían del trabajo en las tierras vendidas.

La otra estrategia, que se acentúa en los años 80s y continúa hasta la actualidad, es la desnacionalización de las empresas y los servicios estatales y paraestatales. Los casos son muchos: la venta de la banca, teléfonos mexicanos, las redes ferroviarias y en el último sexenio (2012-2018) la venta del petróleo y los mantos acuíferos.

De esta manera, apoyado por los mandatarios en turno y las políticas nacionales, el país se ha vendido a los extranjeros en pedazos lo que se traduce en una pérdida de autonomía y soberanía nacional, pues las decisiones sobre el país ahora también dependen del interés extranjero. Los puntos antes señalados se reproducen con el

tiempo y de manera fractal en diferentes partes del mundo, con la constante de que son países centrales quienes imponen su voluntad política sobre países periféricos.

No se debe perder de vista que el SSP y el SSE trabajan de manera conjunta, pues los lazos que establecen los agentes de cada sistema involucran ambos procesos; además su operación se da en varios niveles jerarquizados que se ajustan en lo global, lo glocal y lo local.

Hasta el momento se ha descrito al SSP de forma general para poder avanzar hacia el análisis de la manera en que este suprasistema afecta directamente al SPCM; a continuación, se atenderá dicha labor.

### ¿Cómo afecta el SSP al SPCM?

En el siguiente esquema se muestra la relación que existe entre el SSE mundial y local, y el SPCM, dentro del cual se apuntan las formas en que estos sistemas se afectan mutuamente:

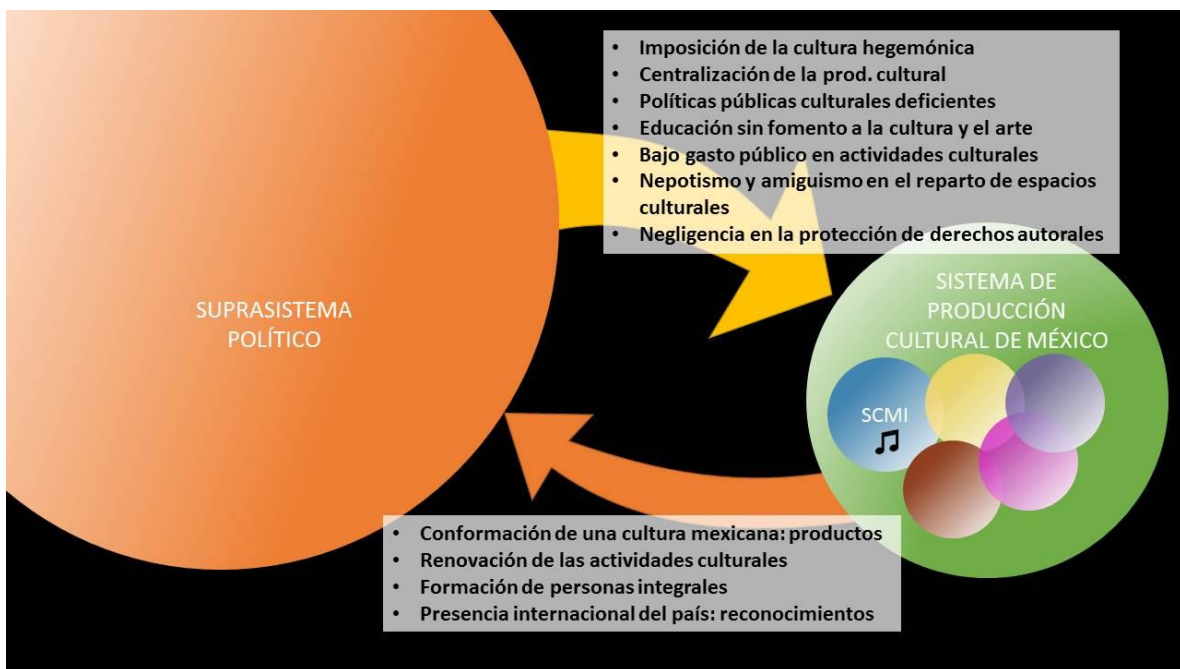


Ilustración 3 Esquema que muestra la relación desigual entre el SPCM y el SSP. Elaboración propia.

Como en el caso del SSE, se identificaron siete situaciones con las que el SSP afecta al SPCM y por tanto al SCMI:

- **B1** Imposición de la cultura hegemónica sobre la cultura local del país
- **B2** Centralización de la producción cultural en puntos geográficos económicamente desarrollados
- **B3** Políticas públicas culturales inexistentes o deficientes para países periféricos
- **B4** Programas educativos desprovistos de una formación cultural o artística
- **B5** Bajo gasto público en cultura y actividades artísticas: actividades y eventos poco variados en cuanto a contenidos
- **B6** Nepotismo y amiguismo en el reparto de los limitados espacios culturales institucionales
- **B7** Negligente protección de los derechos autorales y la propiedad intelectual

A partir de lo definido como SSP, se puede comenzar a explicar las principales afectaciones producidas en el SPCM.

Por su parte, el SPCM devuelve a manera de respuesta lo siguiente:

- **D4** Creación de productos culturales de origen mexicano y que por ende promueven la conformación de una cultura mexicana propia
- **D5** Constante y nutrida oferta de actividades culturales autogestivas, eventos, presentaciones y talleres, por ejemplo.
- **D6** Mediante la educación cultural y artística, ayuda a la formación de personas con una visión más integral, por consecuencia más creativa y crítica
- **D7** Ofrece al país un reconocimiento internacional a partir de los premios y galardones que se le ofrecen a los artistas en distintas partes del mundo, o simplemente porque su variedad y riqueza dan pauta para la imitación, la copia y el hurto de patrones artísticos originales

A continuación, se desarrollará brevemente cada uno de estos puntos para su mejor comprensión:

### **B1 Imposición de la cultura hegemónica sobre la cultura local del país**

Desde que los países europeos comenzaron a expandirse territorialmente por el mundo en los siglos XV y XVI, también comenzó la imposición de su cultura sobre

las culturas locales. De esta manera, ciertas prácticas sociales, ideas y creencias transformaron los desarrollos sociales locales, en este caso a las culturas prehispánicas, quienes ya tenían desarrollados sistemas de valores particulares con los cuales comprendían su entorno y se organizaban. Esta expansión cultural se dio siempre de los países centrales hacia los países de la periferia.

Siglos después, con el crecimiento de Estados Unidos como país predominante de América, posterior a la Segunda Guerra Mundial, se impone en México una nueva visión de la cultura y se continúa reproduciendo a partir del desarrollo de las industrias culturales estadounidenses que consiguen tener un gran alcance el país. Es alrededor de los años 50 que se comienza a difundir en los medios de comunicación colectiva el estándar de vida americano conocido como *American Way Life* que sugería una forma de vestimenta, de vivienda, de planificación familiar y de supuesto éxito a partir del culto al dinero.

Los países centrales desarrollaron fuertes industrias culturales para difundir su cultura en el mundo, se puede percibir el auge de la industria cinematográfica, televisiva y radiofónica, la “superioridad” de los desarrollos artísticos europeos sobre los mexicanos y la promoción de un estilo de vida diferente al del país. Cabe destacar también la imposición de cánones establecidos de belleza que distan de los rasgos fenotípicos de la cultura mexicana, como la tez blanca, los rasgos afilados, el cabello rubio y los cuerpos esbeltos, por ejemplo.

Esta imposición cultural se ve reforzada mediante el desarrollo de la globalización neoliberal, en la que los medios de comunicación colectiva en sinergia con las empresas transnacionales difundieron formas concretas de organización social y valores determinados por la búsqueda de la ganancia económica a toda costa. El “consumismo”, por ejemplo, se volvió el estandarte del capitalismo, un sistema que fomenta la adquisición constante de productos muchas veces innecesarios para la sociedad.

Se retoma de nueva cuenta el concepto de Industria cultural, el cual ayuda a entender la situación que se vive en el SPCM.

La industria cultural impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos standard. [...] El esquematismo del procedimiento se manifiesta en que al fin los productos mecánicamente diferenciados se revelan como iguales. Los precios y las desventajas discutidos por los concededores sirven solo para mantener una apariencia de competencia y de posibilidad de elección. (Horkheimer y Adorno, 1944:2)

De esta idea se puede verificar que los productos que se ofertan por parte de las grandes empresas culturales tienden a presentar temáticas homogéneas o standard. Una sola cultura hegemónica con una ideología determinada se impone sobre el resto de los países y esto es permitido por los agentes del SSP, pues conviene que exista poca diversidad entre las sociedades para que las normas que dictan los organismos internacionales sean asimiladas sin un posicionamiento contrario.

En la actualidad, las industrias culturales de los países centrales, sobre todo las europeas y estadounidenses, difunden una visión de la cultura que dista de la local. Se reproducen valores ajenos y se ilustran situaciones que no corresponden al contexto en el que se consumen. Al tener un papel preponderante y controlar la mayor parte de los medios de comunicación, buscan permear de mensajes similares las formas de vida y organización de las sociedades locales.

Incluso mediante la educación formal y lo que Louis Althusser llamaría “aparatos ideológicos del Estado” (1970), se promueve la reproducción de la cultura hegemónica dominante a partir de esquemas elaborados en países extranjeros. Desde la formación básica del individuo se enseñan los patrones a seguir, copias de la cultura de los países centrales y se deja de lado la educación sobre la cultura propia del país.

El SSP permite que los circuitos de distribución y difusión sean ocupados por productos culturales de los países hegemónicos y que a su vez se impongan sobre las producciones culturales y artísticas locales. Se impone la cultura extranjera

sobre las producciones nacionales, y son sobre todo las producciones independientes y marginales las que son más relegadas.

Las artesanías de los pueblos originarios, las propuestas musicales locales, las piezas dancísticas originales del país no tienen posibilidad de competencia frente a los productos culturales extranjeros por dos cuestiones: tienen dificultad para ser difundidos ya que los espacios son pocos y ya están ocupados por la industria y también los consumidores han aceptado que los productos extranjeros tienen mayor calidad que los nacionales, por lo que muchas veces le dan prioridad al primero sobre el segundo, como ya se revisó en el apartado anterior

Esta situación que acontece a nivel global en el SSP en la actualidad se reproduce en todos los países periféricos. Los creadores de cultura y arte del SPCM se enfrenta a un gran reto en el que las reglas de operación se encuentran en su contra.

## **B2 Centralización de la producción cultural en puntos geográficos económicamente desarrollados**

Como ya se revisó anteriormente, en el mundo se han configurado países que resultan polos de desarrollo económico-político que determinan la dinámica global de los demás países. El SSP ha establecido espacios geográficos en donde se concentra la mayor parte de la producción de industrias de todo tipo, incluido la industria de producción cultural.

En el apartado anterior ya se mencionaba la preponderancia de países como Estados Unidos, también se tomará en cuenta en este análisis países como Reino Unido, Francia, Alemania y Japón como los grandes productores de cultura a nivel mundial. En estos países se ha concentrado la producción cultural y hacia estos destinos que los creadores de cultura y artistas se dirigen para poder desenvolverse en su actividad de manera plena.

El traslado a estos países es muy común porque les ofrece a los agentes de los distintos sistemas de producción cultural en el mundo, sobre todo a los de países periféricos, posibilidades para poder estudiar, profesionalizarse, ganar reconocimiento y poder vivir de su actividad, situación que muchas veces no está

garantizada en su país de origen. A este fenómeno social se le conoce comúnmente como “fuga de cerebros” y perjudica directamente a los países de los que se emigra porque se da una gran pérdida de capital intelectual en el país, como también ocurre en el ámbito de la ciencia.

En un nivel local, México también opera como un país centralizado en el que la distribución de la riqueza y de las instituciones políticas se ha concentrado históricamente en puntos geográficos específicos, particularmente en la Ciudad de México, capital del país. Los poderes políticos se concentran en este espacio, y por ende la toma de decisiones que afectan al total de los estados se establece de manera unidireccional.

Solo existen dos puntos geográficos más que se podrían considerar como polos de desarrollo económico en el país (Rojo 2014): Guadalajara, Jalisco y Monterrey, Nuevo León. Estos tres puntos concentran la mayor parte de la actividad económica, política y de producción cultural del país. En estos espacios se concentran también las escuelas de arte, las grandes productoras audiovisuales, las grandes radiodifusoras y los museos.

Se debe tomar en cuenta dicha centralización local porque propicia que los flujos migratorios internos del país, sobre todo, de artistas y creadores de cultura, converjan en estos puntos. En lugar de establecerse en sus lugares de origen, muchos agentes del SPCM deciden trasladarse a los polos de desarrollo económicos para tener mayores oportunidades de crecimiento de sus proyectos.

En el mejor de los casos, los artistas logran establecerse en estos puntos y tener éxito, sin embargo, si se toma en cuenta a los que no tienen los recursos para desplazarse y establecerse en otro lugar deben conformarse con las opciones que se ofrecen en su localidad, lo que lleva al abandono de muchos proyectos culturales.

El SSP garantiza la subsistencia de estos polos de desarrollo en el mundo, lo que afecta al SPCM porque no ofrece espacios a los creadores de cultura y artistas para poder desenvolverse en sus lugares de origen. La producción cultural, por ende, se



centraliza en espacios geográficos concretos desde donde se determinará su estructura y contenido como ya se revisó en el apartado anterior.

### **B3 Políticas públicas culturales inexistentes o deficientes para países periféricos.**

Se entiende que, a través de organismos supra-regionales como el BM, la OCDE y el FMI, se les imponen a países como México medidas que propicien el desarrollo de la globalización neoliberal y frenen cualquier impulso por salir de la norma o llevar a cabo cualquier acción que desequilibre el sistema. Por tanto, además de las medidas ya mencionadas que implica la apertura de las fronteras (*laissez faire*), el Estado como facilitador del mercado, y la entrada del capital financiero a los países, también es consecuencia de esto la falta de políticas públicas que reproduzcan la cultura local y nacional, pues como ya se dijo, será sustituida por la cultura hegemónica de los países centrales.

También se debe mencionar la participación de la UNESCO en el tema de las políticas culturales, pues en su papel como organización mundial sugiere a los países periféricos dedicar por lo menos el 1% de su PIB en bienes y servicios culturales (UNESCO, 2017), lo cual, en México y varios países de América Latina no ocurre, como ya se revisó con anterioridad. Estas recomendaciones se construyen basadas en contextos de los países desarrollados y no toman en cuenta las características locales, donde es poco probable que resulten aplicables.

Desde los inicios de México democrático pos-revolucionario -que es la época en la que se le da un mayor peso a la cultura en el aspecto institucional- y hasta la actualidad, ha existido un grave descuido de las políticas culturales por parte del gobierno (González 2010). Primero fue utilizado por los mandatarios como un recurso para promover el sentimiento nacionalista y particularmente se apoyó a artistas que ilustraran dicho concepto, posteriormente en el periodo de actividad de José Vasconcelos se propuso la idea del Estado como único promotor de la cultura, situación que fue aprovechada para llevar a cabo acciones minúsculas, como becas

para algunos artistas y apertura de algunos espacios, para legitimar los gobiernos en turno.

En este sentido, tras la llegada de Carlos Salinas de Gortari a la presidencia, en 1988, se decreta la conformación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), institución que estaría facultada para decidir sobre todas las actividades relacionadas con la cultura, desde la construcción de políticas públicas culturales hasta la coordinación de los dos institutos más importantes de cultura que existen en México: el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA, 1946) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, 1939). Lo que se perseguía era la separación de las políticas culturales de la Secretaría de Educación Pública, la participación más activa del gobierno en este ámbito y la reconciliación con el grupo de intelectuales del momento.

Respecto al tema, Armando González Torres (2010) en su artículo *La política cultural y sus reyertas*, publicado en la Revista Letras Libres, refiere lo siguiente:

"El Conaculta ha servido para mejorar la coordinación y actualizar el discurso del Estado en materia de instituciones culturales; fortalecer la descentralización; establecer una administración menos discrecional de los apoyos y subvenciones a la creación a través del Fonca; avanzar gradualmente en la profesionalización y modernización administrativa y crear nuevas modalidades de política cultural en conjunto con otros actores privados y sociales. Sin embargo, muchos de los añejos lastres de la política cultural aún no han logrado superarse. Más allá de errores monumentales, como la Biblioteca José Vasconcelos, persisten problemas para la preservación e investigación de los patrimonios; los rezagos en la sistematización y competitividad de la educación artística; la concentración de la infraestructura y oferta cultural y la carencia de esquemas modernos para estimular e incorporar la actividad cultural al mercado. Así, disciplinas y tradiciones creativas (el cine, la actividad editorial) pierden presencia y se estancan, en parte por la falta de reglas de competencia e incentivos para su auto sustentabilidad en el mercado; se estrecha el espectro de oferta de propuestas y disciplinas y se reducen públicos culturales. Por supuesto, estos fenómenos no pueden atribuirse únicamente a una política cultural y responden a las sucesivas crisis económicas, al impulso

avasallador de las grandes empresas culturales y a las deficiencias generales de la política educativa. Sin embargo, un mejor diseño de la política cultural podría mitigar el impacto de estos hechos sobre la cultura."

En el 2017, CONACULTA se convierte en la Secretaría de Cultura, y quedan establecidos 7 ejes de política cultural que debe cubrir este nuevo instituto: 1) Patrimonio y diversidad cultural, 2) Infraestructura cultural, 3) Promoción cultural nacional e internacional, 4) Estímulos públicos a la creación y mecenazgo (FONCA) 5) Formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística, 6) Esparcimiento cultural y lectura, 7) Cultura y turismo y 8) Industrias culturales.

De los anteriores puntos, si acaso los que tienen un mayor peso por su valor económico es el ámbito turístico y las industrias culturales, a diferencia del resto de los ejes, en los que se plantean pocas o nulas acciones. Es claro que existen actividades culturales promovidas por el gobierno local, sin embargo, son pocas en comparación del gigantesco número de expresiones culturales que existen en el país y que podrían ser abordadas.

Dentro de las "Acciones y programas" que la Secretaría de Cultura declara en su página web (2019) se encuentran las siguientes: Radio Educación/Servicio Nacional de Comunicación Cultural, el Festival Internacional Cervantino (FIC), el Sistema Nacional de Fomento Musical (SNFM), la Dirección General de Bibliotecas (DGB), el Centro Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural Ferrocarrilero, el Centro Cultural de las Artes, la Fonoteca Nacional, el Centro Cultural Helénico, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), la Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas, la Dirección General de Asuntos Internacionales, la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil - Alas y Raíces, la Dirección General de Publicaciones, la Dirección General de Vinculación Cultural, la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo y la Dirección General de Sitios y Monumentos del Patrimonio Cultural.

Las acciones y programas anteriores no alcanzan a cubrir la demanda del público, pues están basados en lo que los mandatarios consideran que debe promoverse como cultura y no en las necesidades de la población. Como en muchas otras áreas,

en México, la creación de políticas culturales no surge de un proceso de investigación, diseño, aplicación y evaluación de resultados, lo cual ayudaría a comprender si un programa será adecuado para la población, sino que se establece desde la verticalidad, como afirma Jade Ramírez en su artículo “Las políticas culturales institucionales en México: el círculo vicioso aparentemente sin fin” (2015).

Aunado a lo anterior, Tomás Ejea Mendoza (2008) también señala que muchos de los problemas que enfrenta la cultura en el país, como ya se mencionó con anterioridad, están relacionados con el presupuesto, puesto que, además de ser bajo, la mayor parte se gasta en los salarios del cuerpo administrativo de las instituciones, y queda muy poco para invertir en las dos obligaciones fundamentales hacia la cultura: la preservación del patrimonio cultural material e inmaterial y el fomento a la creación artística-cultural.

En este momento cabe hacer énfasis en la deficiencia del programa FONCA para el fomento de la creación artística, pues aunque en términos generales es un programa de apoyo con becas y financiamiento a proyectos artísticos, las condiciones para que un artista pueda ser beneficiario y el proceso de selección, especialmente durante la convocatoria y el registro, resultan ser trámites sumamente burocráticos y lentos, además de que suelen quedar seleccionados proyectos de artistas con amplio curriculum y contactos en los circuitos de arte.

Los artistas que producen de manera independiente, con temas que rebasan las líneas editoriales del programa FONCA, son los más afectados ya que deben preocuparse de cumplir con los trámites y conseguir los papeles necesarios para hacerse de la beca; situación que frena su libertad creativa e inventiva y se establece una relación de dependencia de la institución.

Cabe agregar que fuera del programa FONCA, los contados apoyos económicos del Instituto Mexicano de Cinematografía y algunos pequeños concursos que se organizan de manera fenoménica y espontánea para algunas disciplinas, no existen más programas de fomento a la creación artística por parte del Estado, lo cual obliga a los productores de cultura y artistas a buscar su financiamiento en otros espacios.

Para concluir este apartado y pasar al siguiente punto retomaremos las siguientes ideas de Ejea (2009:6) que sintetizan lo ya expuesto:

“Sin embargo, una política de estado requiere poseer varias características que no se dan en el caso de México:

1. Es claro que la política cultural, cuenta efectivamente con planes y programas cada sexenio; sin embargo, la implementación, los recursos, y los resultados se quedan muy cortos con respecto a las expectativas que se plantean.
2. En nuestro país todavía no se cuenta con una Ley de Fomento Cultural que permita darle un amarre a la política cultural para que no esté sujeta al vaivén de los tiempos políticos del país.
3. A partir de la existencia del FONCA como organismo encargado de conceder becas y estímulos a los creadores artísticos, se ha dado dentro de ese grupo social una especie de aceptación tácita de las acciones gubernamentales referentes a la cultura; a pesar de que solamente en pocas ocasiones está bien informada. Sin embargo, la ciudadanía en general carece de información, de ahí que siga siendo una práctica común la toma de decisiones imprevistas y coyunturales; por ejemplo, respecto a los nombramientos y las renunciaciones de los funcionarios encargados de implementarla.
4. En México, en muchos de los asuntos de la administración gubernamental, la rendición de cuentas sigue siendo, a pesar de la alternancia en el gobierno, fundamentalmente un ajuste de cuentas entre los grupos de poder. Así, la indagación de información acerca de las modalidades de administración y utilización de recursos se emplea como una forma de presión y de chantaje y, casi nunca, como un acto de transparencia y claridad administrativa. En el caso de la cultura, sobran ejemplos recientes de actos de gobierno verticales y dispendiosos en que la rendición de cuentas brilla por su ausencia.”

El tema de Políticas públicas culturales es muy amplio y el debate podría extenderse más, sin embargo, para los fines de esta investigación, lo daremos por concluido para pasar al siguiente punto.

#### **B4 Programas educativos desprovistos de una formación cultural o artística**

En consonancia con lo comentado anteriormente, se puede señalar como un factor del SSP que afecta directamente al SPCM, la instrumentación de un sistema educativo desprovisto de una formación artística y cultural en todos los niveles, pues estos temas son considerados irrelevantes para la formación integral de los estudiantes.

Pese a que “en el ámbito de la ciencia y la investigación se están gestando trabajos inter y transdisciplinarios que conciben el arte y la música como parte de la formación integral del ser humano, ya que favorecen la socialización, el aprendizaje y la creatividad” (Fernández 2002-86), en el Sistema Educativo Nacional, la educación artística es marginada para dar prioridad a aprendizajes de carácter pragmático que corresponden a las imposiciones de los organismos supranacionales para formar individuos útiles para el mercado laboral.

El Suprasistema Político tanto global como local guía los planes y programas de estudio de los distintos niveles educativos a retomar al arte y la cultura como una cuestión banal y anecdótica. Si se revisan tan solo los programas oficiales de la Secretaría de Educación Pública (SEP) planteados para nivel primaria en los seis grados se encontrará considerada la educación artística dentro de las “Áreas de desarrollo personal” —en contraparte a los “Campos de formación académica”, situación que devela la visión que tiene el gobierno sobre el tema.

La educación artística en el país se estructura en cuatro ejes: Práctica artística, Elementos básicos de las artes, Apreciación estética y creatividad y Artes y entorno. Por ejemplo, en el eje de Práctica artística, los ejercicios que se plantean para llevarse a cabo buscan generar aprendizajes superficiales como los siguientes:

“Selecciona y analiza la letra de una canción o ronda infantil que eligió en conjunto con sus compañeros, para interpretarla frente a público.” 1er grado de primaria

“Selecciona y analiza la letra de una canción infantil de México o Latinoamérica que eligió en conjunto con sus compañeros, para interpretarla frente a público.” 2do grado de primaria

“Compara piezas artísticas bidimensionales e identifica sus características. Elige en colectivo el tema y las técnicas del trabajo artístico a presentar.” 3er y 4to grado de primaria

“Selecciona una obra teatral infantil (autores mexicanos), para presentarla ante público, como resultado de una investigación y debate colectivo sobre las características artísticas y expresivas de, al menos, tres escritores mexicanos.” 5to y 6to grado de primaria

(Plan y programas de estudio de la SEP 2019)

No existe en la visión de Educación artística oficial una distinción entre las distintas disciplinas artísticas, pues lo mismo se considera la música, que el teatro, la pintura o la danza, en un todo. Además, la manera en que se imparten dichos conocimientos por los docentes aunado al poco tiempo que se le dedica durante los ciclos escolares (aproximadamente 1 o 2 horas a la semana) fomenta una deficiente formación en este ámbito.

En consecuencia, la formación artística cultural de los agentes que forman parte del Sistema de Producción Cultural en México tiene ciertos vacíos sustanciales, mismos que intentan subsanar con cursos en instituciones privadas que no se encuentran al alcance económico del grueso de la población, lo que genera disparidades en cuanto a su formación.

### **B5 Bajo gasto público en cultura y actividades artísticas: actividades y eventos poco variados en cuanto a contenidos**

Pese a que las actividades relacionadas con la producción cultural generan altas ganancias consideradas en el PIB (3.2%), el gasto público en esta área es sumamente bajo (.0022%), según datos del INEGI (2017) y de la Comisión Especial para América Latina (CEPAL) (Proceso 2018), cuestión que resulta alarmante al

tratarse de un país en el que se pueden encontrar una cantidad extraordinaria de propuestas, proyectos y actores sociales dedicados a este rubro.

Derivado de las políticas internacionales destinadas para los países de la periferia, en México se le da prioridad a asuntos más vinculados con la economía que a la cultura. Esta afirmación también se puede verificar si se revisan las actividades y eventos culturales que promocionan las distintas instituciones públicas del país, que pueden ir desde alguna feria para promocionar el arte culinario del país y sus artesanías, hasta la realización de eventos musicales y dancísticos, que se promueven bajo la idea de ser “internacionales” para atraer al turismo extranjero con una visión de ganancia económica antes que para difundir la cultura local.

Aún con esta motivación, los eventos y festivales culturales son pocos en México para el amplio número de expresiones que existen, esto por dos razones fundamentales: la primera es que el presupuesto que se les asigna a dichas actividades es bajo y no alcanza para cubrir más de lo que ya se oferta (sobre todo porque gran parte del dinero se asigna al pago de salarios de administrativos) y a que la cultura en México se ve como un producto comercial con la capacidad de ser vendible sobre todo para el turismo internacional.

Como ya se ha mencionado, la cultura mexicana se ve sesgada a una sola visión, como si esta fuera unidimensional. Esto lleva a que las actividades organizadas por la administración pública ofrezcan un menú poco variado, en el que se repiten los mismos números y los espacios son ocupados por los mismo agentes o grupos.

Si se hace una búsqueda superficial en la web (2019) sobre los principales festivales de cultura en México, se encontrará en los primeros resultados páginas de turismo como [visitmexico.com](http://visitmexico.com) —proyecto de la Secretaría de Turismo, sustentado en los programas Viajemos por México, Pueblos mágicos y Ciudades mexicanas Patrimonio mundial— donde se promueve la visita a México para conocer los Festivales “más importantes” del país: el Festival Internacional del Globo (Guanajuato), Festival Internacional Cervantino (Guanajuato), Festival de Tradiciones de Vida y Muerte (Playa del Carmen, Quintana Roo), Feria Nacional de



San Marcos, Festival Internacional de Cine (Morelia, Michoacán), La Guelaguetza (Oaxaca) y Cumbre Tajín (Veracruz) (Visit México 2019).

Aunado a los festivales, otra actividad cultural importante es la realización de exposiciones en museos. La oferta de museos en México es vasta, pues hasta un último recuento existen 1300 museos en todo el país, de los cuales la Secretaría de Cultura administra 142 (Notimex 2018). Los temas que se pueden encontrar van desde historia hasta exposiciones de grandes personalidades del arte o artistas ya consolidados en el gremio, los espacios los administra el gobierno, y son los curadores locales de cada museo quienes determinan los contenidos por exponer.

La calidad estética y de contenido en dichas exposiciones es indudable, sin embargo, las propuestas suelen ser muy similares entre sí debido a que deben ajustarse a las líneas editoriales que manejan las instituciones en cuanto a lo que consideran arte y cultura para poder ser seleccionadas y curadas en los espacios.

Los creadores independientes de cultura y arte no encuentran cabida en los espacios administrados por el gobierno debido a que no se ajustan a los parámetros que exigen las instituciones o bien no poseen las relaciones con las personas que organizan las actividades, además del marcado desinterés por apoyar las propuestas nuevas.

## **B6 Nepotismo y amiguismo en el reparto de los limitados espacios culturales institucionales**

Como ya se ha verificado en diversas investigaciones basadas en la Teoría de Redes (Barabási, 2002, 2006, 2010, Strogatz, 2003, 2009, Watts, 2003, 2006) y el Análisis de Redes Sociales (Wasserman y Faust, 2013), los actores políticos estructuran grandes redes de relaciones que los vinculan por ser familiares, amigos o amigos de amigos; es decir, los agentes que se desarrollan en la actividad política siempre están vinculados por relaciones de parentesco, filiales y de amistad, por ejemplo, cuestiones no necesariamente vinculadas con el correcto desarrollo de su papel, pero que es una constante entre los políticos al momento de designar a las personas que ocuparán los cargos institucionales.

En otras palabras, al momento en que una autoridad elige a cierta persona para desempeñar un cargo en el gobierno por mandato directo —también ocurre en otros ámbitos— actúa con nepotismo, lo cual se traduce en que no exista oportunidad para poder acceder a los espacios institucionales por parte de cualquier agente externo.

Los organismos públicos que se dedican a la cultura no están exentos de este tipo de acciones; el mandatario en turno siempre designa algún familiar, algún amigo o conocido para hacerse cargo de los altos y medios mandos de las secretarías, consejos, institutos, museos y centros culturales, entre otros espacios.

El SSP opera mediante la estructuración perpetua de las redes establecidas por conocidos, familiares o amigos, lo que establece una gran dificultad para los agentes externos al sistema que buscan adherirse para laborar en algún espacio institucional. Los artistas y agentes culturales independientes, por tanto, no pueden acceder a dichos escaños si no tienen un conjunto de relaciones cercanas que los vinculen al sistema, lo que limita sus oportunidades y posibilidades de difusión y exposición de sus obras en los reducidos espacios culturales que existen en el país.

### **B7 Negligente fomento a la protección de los derechos autorales**

En el primer capítulo de este trabajo se mencionaba como un factor condicionante para el SCMI el poco conocimiento de la cultura del registro de la propiedad intelectual por parte de los músicos y artistas independientes, situación que los deja vulnerables ante la industria cultural y en particular la musical. Sin duda existe un grave problema educativo-cultural de fondo que no incentiva a los artistas a registrar sus creaciones originales, sin embargo, también el problema radica en el SSP debido a que la protección de los derechos de autor en México es muy débil, mal promocionada y laxa, en cuanto a recursos legales para la defensa de los derechos de los creadores.

La protección de derechos autorales o copyright tiene sus orígenes en el “Estatuto de la Reina Ana” de Inglaterra en 1710, pero no fue hasta la independencia de América Latina (AL), que los países ya libres de colonias de España y Portugal

empiezan a trabajar para elaborar un acuerdo que garantice y proteja los derechos intelectuales de los creadores de cultura, llámese literatura, música, fotografía, pintura, obras de teatro, entre otras disciplinas.

Relata Alberto Cerda Silva (2016) que en un principio existió un rechazo por parte de AL al Convenio de Berna (1886) porque pertenecía a sus antiguos colonizadores europeos, y es por esto que los países del continente americano, incluido México, prefieren formar parte del Tratado de Montevideo (1889) que le daba mayor seguridad a sus autores frente a el intercambio comercial que se mantenía con Europa. Sin embargo, algunas cuestiones como la defensa de la obra tras la muerte del autor y los derechos patrimoniales sobre la misma quedaban desprovistas en los dos acuerdos. Desde dichas fechas, se acarrea un grave problema de protección de las obras porque los acuerdos eran poco claros.

Es hasta 1952 que se instituye un acuerdo por parte de la mayoría de los países del mundo, con ayuda de la UNESCO, para garantizar la protección de la propiedad intelectual de las obras. Posteriormente, se le hicieron algunas modificaciones tras revisiones en diversas sedes, sin embargo, los acuerdos a los que llegaron siempre garantizan una mejor protección para las industrias culturales que pueden enfrentar los juicios por plagio ya que tienen los recursos económicos para pagar las penalizaciones o la defensa jurídica.

En México la actualización más reciente en cuanto al tema es la que se hizo en 2018: la Ley Federal del Derecho de Autor (1996). En ella se estipula que dicha ley:

“tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual” (LFDA 2018)

Bajo dicha Ley se pueden proteger las obras literarias, musicales, dramáticas, dancísticas, pictóricas, escultóricas, caricaturas, arquitectónicas, cinematográficas

y audiovisuales, programas de radio y tv, programas de cómputo, fotográficas, diseño gráfico o textil y compilatorias. También explica que queda exento de dicha protección todo lo que esté relacionado con el dominio público, pertenezca a la cultura popular o sea de carácter abstracto como las ideas o frases.

También estipula en su Artículo 5o lo siguiente:

“La protección que otorga esta Ley se concede a las obras desde el momento en que hayan sido fijadas en un soporte material, independientemente del mérito, destino o modo de expresión. El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no requiere registro ni documento de ninguna especie ni quedará subordinado al cumplimiento de formalidad alguna.” (LFDA 2018)

Retomando todo lo anterior, la redacción de la Ley deja abiertos muchos vacíos legales en su condición de abarcativa, sin embargo, estos huecos son aprovechados por la industria para apropiarse de las obras de artistas independientes o marginales. La ley presupone que toda obra ya tiene una propiedad intelectual desde el momento en que fue concebida por su autor, sin embargo, al momento de hablar de los derechos que tiene cierta cultura originaria sobre una artesanía o un patrón de pintura, esta ley parece no aplicarse sobre todo cuando se compite contra empresas transnacionales con un papel preponderante en la economía mundial.

Para ejemplificar lo anterior, en México existe una cuestión muy complicada en cuanto a la defensa de la propiedad intelectual de los pueblos originarios, debido a que no existen leyes ni protocolos que los protejan. Guadalupe Fuentes (2019) en su reportaje publicado en el periódico Sin embargo, expone que en el país se han registrado 39 casos de plagios de diseños originarios llevados a cabo por 23 marcas nacionales y extranjeras. Este conteo comenzó en 2012 y lo actualiza la organización civil “Impacto”.

La situación es grave, ya que empresas y diseñadores como Carolina Herrera (Estados Unidos), Pineda Covalin (México), Isabel Marant (Francia), Dior (Francia), Nestlé (Francia), Madewell (Estados Unidos), Mango (España), Desigual (España),

Intropia (España), Zara (España), Know México, Star Mela (Gran Bretaña), Batik Amarillis (Indonesia), Draco Textil (México) , M Missoni (Italia), Nike (Estados Unidos), Rapsodia (México), J Marie Collections (Estados Unidos), Forever 21 (Estados Unidos), somya Maquiladora (México), Mara Hoffman (Estados Unidos), Pottery Barn (Estados Unidos), Yuya (México), That's it (México), Marks and Spencer (GB), Louis Vuitton (Francia), Olive Ave (Estados Unidos), United Colors of Benetton (Estados Unidos), Speedo (Estados Unidos), Hermes (Francia), han comercializado ropa y productos con diseños plagiados de las indumentarias utilizadas por pueblos originarios del país sin retribuirles con dinero o reconocimiento, y además, sin ser sometidos a juicio por su robo cultural.

La periodista refiere que “en enero de este año la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) alertó del tema al Gobierno federal y a los 32 estados, les pidió salvaguardar los derechos artísticos nacionales, pero solo quedó en una recomendación de 108 páginas”, sin embargo, apunta que solo seis estados han atendido las quejas.

Esta situación revela dos problemas en México: el primero y más evidente es la desprotección que existe hacia los pueblos indígenas, quienes son infravalorados y viven marginados de las políticas públicas del país — hecho que obedece a las políticas hegemónicas del SSP y el SSE con la tendencia a homogeneizar el mundo hacia una sola dimensión—; y la segunda, la que compete a este apartado, es la falta de protección de la propiedad intelectual que viven las culturas originarias, y que no han podido defender instituciones como la Secretaría de Cultura, el Instituto de Derecho de Autor (Indautor) o el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

Se puede concluir que, pese a que existan Tratados Internacionales y Leyes Federales que suponen la protección de la propiedad intelectual y el derecho de autor en México con documentos oficiales que lo estipulan, no existe una garantía para los creadores de artes y cultura en el país, a reserva de que posea los medios económicos para defender su propiedad.

En el SSP existen contradicciones de este tipo, donde los países del centro sí tienen garantizado la defensa de sus productos por medio del copyright (por lo menos a recibir una indemnización si surge un plagio) y los países de la periferia, y más aún, los creadores de cultura y arte independientes están casi obligados a perder los derechos que tienen sobre su trabajo.

Por el momento, se dejará este punto y se señala que estos temas son poco explorados por los profesionales en leyes del país, donde se posee una Ley Federal del Derecho de Autor expedida en Diciembre de 1996 y enmendada en fragmentos hasta la actualidad, en un contexto donde la creación intelectual y los medios de difusión han impuesto dinámicas diferentes de relación, lo cual se revisará a continuación.

### **2.2.3 Supra-sistema de la Innovación Tecnológica**

El Supra-sistema de la Innovación Tecnológica es aquel que engloba todas las actividades enfocadas al desarrollo y mejoramiento de herramientas, técnicas, dispositivos, procesamiento de información, robótica, *softwares* y medios de comunicación, por ejemplo; se apoya, por una parte en la industria misma (al tratar de solucionar problemas concretos de producción de nuevas mercancías o productos), y en la investigación pura y dura, dirigida a la creación de tecnologías más eficientes que ayuden llevar a cabo las actividades de los seres humanos con mayor practicidad y menor desgaste.

De acuerdo con la deconstrucción sistémica que se realiza en este capítulo, la relación que el suprasistema SSIT lleva a cabo, denota que colabora o es interdependiente con otros suprasistemas del entorno: por ejemplo, la innovación tecnológica es posible si hay investigación en “ciencia pura”, vale decir, en los principios del conocimiento que no necesariamente sirven para algo inmediato, trabajo que suele realizarse en las universidades, institutos y grandes laboratorios.

Una segunda fase ocurre en las industrias de todo tipo, o en los grandes consorcios que dedican una parte de sus recursos en la investigación de cómo aplicar nuevos procedimientos y materiales que se descubren día a día, para resolver problemas

que plantea la industria de transformación. Casi siempre responder a la lógica de generar mejores productos, más eficientes, más prácticos, más ligeros, y sobre todo por menores costos de producción.

La innovación, ocurre cuando se quiere mejorar algo, un producto o procedimiento, por lo que se acude a nuevas técnicas y materiales que la investigación previa desarrolló. Por ejemplo, la investigación en electricidad y electromagnética, el estudio en metales conductores, la noción de intercambio y atesoramiento de información, la investigación en comunicaciones militares, entre otras cuestiones, dieron pie a que la computadora y la internet se desarrollara como se conoce hoy en día. La aplicación en un uso concreto, para resolver una necesidad específica da pie a la innovación tecnológica.

Estas innovaciones han cambiado vertiginosamente las sociedades actuales. Se puede marcar como punto de quiebre la invención de la *www* por el científico de la computación Tim Berners Lee, en 1994. La invención de este nuevo medio de comunicación, soportado en la infraestructura física de interconexiones por medio de cables de las computadoras, permitió a los usuarios poder interactuar con sus pares a kilómetros de distancia, crear y consumir páginas web con contenidos diversos y establecer rutas de navegación a elección del usuario.

La invención de la *www* ofreció un panorama diferente de concebir el mundo y la oportunidad para los usuarios de producir sus contenidos para grupos de personas que tengan interés por los mismos temas, sin la necesidad de recurrir a una empresa o productora consolidada. Ejemplo de esto son los web blogs, videoblogs, foros de participación, fan Pages, redes sociales digitales, etc.

Este medio de comunicación en conjunto con las innovaciones que se han realizado en cuanto a la reducción del tamaño de las computadoras, procesadores de información más poderosos, dispositivos electrónicos más portables (tabletas, smartphones, smartwatch, por citar ejemplos), interfaces más intuitivas para el usuario, y desarrollo de softwares dirigidos a la producción amateur de imagen, audio o video, han propiciado que surjan novedosas dinámicas de interacción social

como el e-commerce, la colaboración en línea, el crowdfunding, el live streaming en plataformas digitales, los servicios bajo demanda del usuario, la publicidad micro-segmentada y el desarrollo de nuevas profesiones como web-master, community manager y SEO.

No se puede olvidar que a la par de estos beneficios del SSIT también surgen dinámicas contrarias a lo esperado y que podrían calificarse de perjudiciales para las personas como la venta de datos personales, el ciber-espionaje, el mercado negro en línea (trata de personas o venta de drogas, por ejemplo). Situaciones que propician diversos agentes, tanto gobiernos nacionales, agencias de investigación policiales, como también organizaciones delictivas de cobertura mundial.

Estas nuevas dinámicas generadas en el SSIT afectan de manera directa otros sistemas en el mundo y obliga a que generen respuestas para adaptarse a los cambios antes descritos. A continuación, se describe la manera en que interactúa con el SPCM.



## ¿Cómo afecta el SSIT al SPCM?

En el siguiente esquema se muestra la relación que existe entre el SSIT y el SPCM, dentro del cual se apuntan las formas en que estos sistemas se afectan mutuamente:

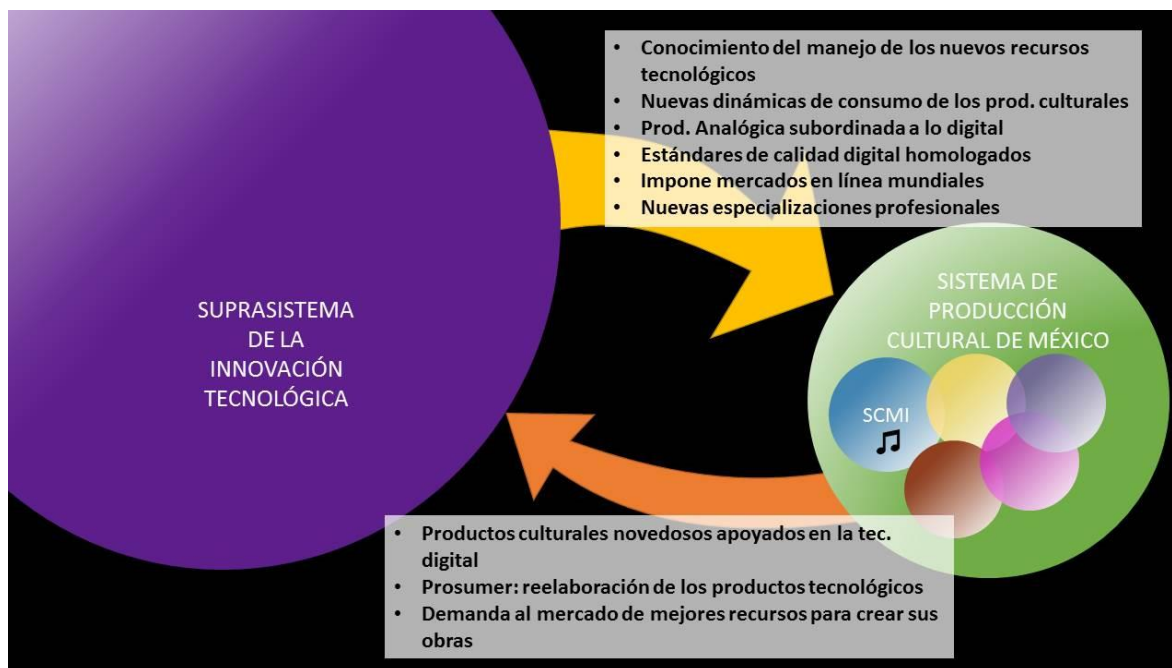


Ilustración 4 Esquema que muestra la relación desigual entre el SPCM y el SSIT. Elaboración propia.

Como en los anteriores Suprasistemas, se identificaron distintas situaciones en las que el SSIT afecta al SPCM y por tanto al SCMI, pues crea un ambiente tecnológico-digital que compromete en gran medida sus dinámicas de operación:

- **C1** Exige el conocimiento del manejo de softwares, lenguajes de programación y dinámicas de operación de la red.
- **C2** Genera novedosas dinámicas de consumo de los productos culturales: auge del lenguaje audiovisual
- **C3** Toda la producción analógica (musical, plástica y dramática) queda subordinada a lo digital
- **C4** Establece estándares de calidad digital homologados para todas las producciones culturales
- **C5** Impone mercados en línea de cobertura mundial

- **C6** Desarrollo de nuevas especializaciones profesionales en el ámbito de la cultura y actualización de las ya existentes
- **C7** Desarrollo de aplicaciones (apps), que integran procedimientos de producción musical, de dibujo, modelado o de otras opciones productivas, que facilitan a los usuarios los procesos de producción.

Por su parte, el SPCM responde al SSIT de la siguiente manera:

- **D8** Generan productos culturales con propuestas novedosas apoyados en el uso de la tecnología digital (pintura digital, light art, video mapping, animación, etc.) lo que se traduce en una abundancia de propuestas
- **D9** Prosumer: usos originales y sorprendidos de la tecnología digital como el desarrollo de softwares, plataformas web e invención de instrumentos nuevos (musicales)
- **D10** Demandan al mercado mayor funcionalidad, calidad técnica y servicio rápido de los recursos para crear sus obras

A continuación, se hará una breve descripción de los factores del SSIT que condicionan al SPCM:

**C1 Exige el conocimiento del manejo de softwares, lenguajes de programación y dinámicas de operación de la red.**

Con el avance de las tecnologías y el desarrollo de la Web 3.0 (Zeldman 2006) comenzaron a surgir personas que creaban sus propios contenidos para distribuir en la internet desde una propuesta personal. Los primeros bloggers y también los ahora videobloggers son el ejemplo de la forma en que se puede utilizar desarrollo de la tecnología para apropiarse de espacios que antes solo eran ocupados por agentes con poder económico y político, dueños de la infraestructura.

La Innovación tecnológica con el desarrollo de tecnologías cada vez más cercanas a los usuarios demanda que tengan más conocimientos para poder operar los aparatos. Así, ahora es indispensable que cualquier individuo que se encuentre inmerso en la “vida moderna” sepa del manejo de ciertos *softwares*, como procesadores de palabras, hojas de cálculo, procesamiento de información, diseño

y producción de imagen y video, además del conocimiento de lenguajes de programación para producir nueva tecnología y por supuesto las dinámicas de operación de la red que ha traído consigo nuevas dinámicas de relación y comportamiento de la sociedad.

Los avances que se desarrollan en el SSIT han exigido que las sociedades comiencen a especializarse en el campo en todos los niveles de instrucción. Por lo menos eso ocurre en países considerados centrales o de primer mundo, donde la incorporación de instrucción sobre desarrollo de tecnología y procesamiento de datos ya se han incorporado en niveles educativos básicos, los ha llevado a ser los países más desarrollados en cuestión de innovación tecnológica. Se muestra el siguiente cuadro para ejemplificar:

## THESE ARE THE WORLD'S MOST INNOVATIVE COUNTRIES, 2019

2019 Rank	2018 Rank	YoY Change	Economy	Total Score	2019 Rank	2018 Rank	YoY Change	Economy	Total Score
1	1	0	S. Korea	87.38	31	NR	-	Slovenia	64.11
2	4	+2	Germany	87.30	32	27	-5	Hungary	63.05
3	7	+4	Finland	85.57	33	33	0	Turkey	62.89
4	5	+1	Switzerland	85.49	34	30	-4	Portugal	62.79
5	10	+5	Israel	84.78	35	31	-4	Greece	62.05
6	3	-3	Singapore	84.49	36	36	0	Estonia	61.79
7	2	-5	Sweden	84.15	37	34	-3	Lithuania	59.73
8	11	+3	U.S.	83.21	38	37	-1	Hong Kong	58.90
9	6	-3	Japan	81.96	39	38	-1	Slovakia	58.03
10	9	-1	France	81.67	40	45	+5	Thailand	57.77
11	8	-3	Denmark	81.66	41	41	0	Bulgaria	56.36
12	12	0	Austria	80.98	42	40	-2	Latvia	55.46
13	14	+1	Belgium	80.43	43	39	-4	Malta	55.43
14	13	-1	Ireland	80.08	44	42	-2	Croatia	54.98
15	16	+1	Netherlands	79.54	45	NR	-	Brazil	53.62
16	19	+3	China	78.35	46	NR	-	U.A.E.	52.93
17	15	-2	Norway	77.79	47	49	+2	Iran	52.81
18	17	-1	U.K.	75.87	48	47	-1	Cyprus	52.05
19	18	-1	Australia	75.38	49	44	-5	Serbia	51.35
20	22	+2	Canada	73.65	50	NR	-	Argentina	51.31
21	20	-1	Italy	72.85	51	48	-3	S. Africa	51.03
22	21	-1	Poland	69.10	52	43	-9	Tunisia	48.92
23	24	+1	Iceland	68.41	53	46	-7	Ukraine	48.05
24	23	-1	New Zealand	68.12	54	NR	-	India	47.93
25	28	+3	Czech Rep.	68.09	55	NR	-	Kuwait	47.27
26	26	0	Malaysia	67.61	56	NR	-	Saudi Arabia	47.18
27	25	-2	Russia	66.81	57	NR	-	Qatar	46.58
28	32	+4	Luxembourg	66.37	58	NR	-	Chile	46.40
29	35	+6	Romania	64.78	59	NR	-	Mexico	46.00
30	29	-1	Spain	64.52	60	NR	-	Vietnam	45.92

Source: the 2019 Bloomberg Innovation Index.

“Estos son los países más innovadores del mundo”, en Revista Ceoworld, basado en el Índice de Innovación de la agencia Bloomberg, 2019.

En la tabla anterior se puede apreciar la notable delantera que tienen por lo menos 58 países, ubicados especialmente en Asia, Europa y Norteamérica, sobre México. Esto se debe a dos cuestiones, principalmente, los países de los primeros lugares invierten grandes cantidades de dinero en centros de investigación tecnológica y universidades, además de apoyo a investigadores en cuanto a dinero y material, y la segunda razón es que la formación que tienen en cuestión de tecnología y pensamiento lógico-crítico es más sólida.

Lo anterior establece una relación desigual entre los países “productores” de tecnología y los países “consumidores” de tecnología. Situación que no solo establece una relación económica de dependencia, sino que además limita a los países consumidores a aceptar la tecnología tal como llega del extranjero y también deben esperar a que los desarrollos sean importados al país. De esta manera los países productores siempre pueden ejercer control sobre los países consumidores estableciendo tarifas de importación altas, costos elevados de los productos y establecen la tecnología que llega y el tiempo en el que van a llegar.

Los artistas y agentes culturales en México, por tanto, tienen como desventajas la falta de educación sobre desarrollo de tecnología en su formación y la dependencia de consumo de la tecnología importada del extranjero, lo que los obliga a estar subordinados a la tecnología costosa que llega al país.

En consecuencia, uno de los retos que enfrenta el SPCM es la adaptación al desarrollo tecnológico mundial que cada vez presenta cambios más vertiginosos y que deja rebasados algunos o muchos de los conocimientos que se tiene sobre tecnología para el desarrollo de actividades artísticas y culturales. No se descarta que ya existen ejemplos de artistas mexicanos que están incursionando en proyectos que emplean las innovaciones tecnológicas, sobre todo digitales, sin embargo, el avance que se tiene en este ámbito es poco, con casos contados y se lleva a cabo de manera lenta.

## **C2 Genera novedosas dinámicas de consumo de los productos culturales: auge del lenguaje audiovisual**

El SSIT ha generado novedosas dinámicas de relación entre las personas gracias a que las tecnologías cada vez se vuelven más portables y livianas, permiten el intercambio de información de manera casi inmediata lo que a su vez acota las distancias entre personas en todo el mundo, las relaciones en algunos procesos pueden darse de manera directa sin intermediarios y la difusión de los productos ya no tiene que limitarse a los medios de comunicación convencionales.

Estas características de las tecnologías actuales han impactado en las dinámicas de realización de ciertas actividades incluso culturales. Uno de los casos más evidentes es que se ha modificado la forma que se consumen los productos culturales: música, cine, series audiovisuales, piezas artísticas o presentaciones en público. Esta situación no implica que las formas de consumo clásicas hayan desaparecido o se hayan abandonado, porque la compra de CDs, la asistencia al teatro y conciertos, las reuniones de creación artísticas y las fiestas patronales locales, por ejemplo, siguen vigentes; más bien se han modificado y sumado formas diferentes de relacionarse con los productos y su creador.

Ahora las dinámicas se han decantado hacia el “consumo bajo demanda” de los productos culturales, es decir, ahora existen plataformas de prepago con oferta de streaming en la que los consumidores pueden seleccionar la música que quieren escuchar, la película o serie que desean ver, el público ha modificado su manera de consumir y ahora gran parte de los productos se adquieren vía online.

Un estudio realizado por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica en 2017 arrojó que México es uno de los países que mayor consumo de música online genera.

“México le gana a Suecia, Brasil, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Reino Unido, Australia, Alemania, Canadá y Japón. En una semana típica, los usuarios de internet en México ocupan un 52% de su tiempo en streaming de video para ver y escuchar sus canciones favoritas, 20% lo usan para escuchar

música comprada, 16% en radio y 12% en streaming de audio. Estas cifras demuestran que los mexicanos son distintos del resto del mundo, pues el promedio global indica que 40% escucha música a través de la radio, 22% lo hace a través de música comprada, 20% desde streaming de video y 18% por streaming de audio.” (El Universal, 2017)

El estudio refiere que este consumo no necesariamente es por el ahorro de dinero ni el fomento a la piratería, pues suelen escuchar música por plataformas de paga, más bien es la facilidad de acceso la que lo ha vuelto la forma idónea de consumo. Habrá que ligar esto a las plataformas de redes socio-digitales como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Tumblr, entre otras., espacios que se han vuelto parte de las herramientas inmediatas para la distribución de productos culturales.

A estos medios y canales le son inherentes lenguajes específicos para estructurar los mensajes, como reza la Teoría de Medios (Tenorio y Gallardo, 2010), lo cual condiciona a que los creadores deban adaptar sus productos para ser consumidos en dichos espacios. De esta manera, la incorporación de productos audiovisuales como videos, imágenes fijas y en movimiento o iconografía la creación de rutas de lectura pensadas en el espectador, por ejemplo, se han vuelto pieza fundamental para que un proyecto cultural o artístico tenga éxito en su distribución.

Ahora se ha vuelto necesario el uso de la imagen para difundir cualquier tipo de producto y los agentes culturales se han tenido que especializar en estos lenguajes audiovisuales. Son comunes los recorridos virtuales por museos, infografías para explicar temas concretos, video danza, obras de teatro en video, la proliferación del videoclip musical y los visuales para presentaciones en vivo, la fotografía como soporte de las obras plásticas, arte digital, citando algunos ejemplos.

El SPCM ha adaptado y sigue modificando sus prácticas para poder generar productos que sean consumidos por un público que utiliza otras dinámicas diferentes, las cuales, incluso están llevando a la quiebra a empresas culturales que eran poderosas en el medio como el corporativo Televisa, la tienda de venta de discos Mixup, o la arrendadora de películas y videojuegos Blockbuster, las cuales no previeron con tiempo los cambios que se aproximaban.

### **C3 Toda la producción analógica (musical, plástica, dramática, etc.) queda subordinada a lo digital**

Como ya se mencionó tangencialmente en el punto anterior, ahora toda la producción analógica está subordinada a los medios digitales. Esto hace referencia a que ya no se pueden utilizar solamente soportes de carácter analógico para darle salida a las obras musicales y plásticas, por ejemplo, ahora también se debe pensar en el uso de las tecnologías digitales si el fin es que el producto subsista en el tiempo.

Los soportes tradicionales como las cintas de video, los cassettes, los lienzos, la impresión fotográfica, y sus disciplinas correspondientes: el cine, la pintura, la danza, la música, la fotografía o el radio, han tenido que mudarse a soportes digitales. Algunas veces el traslado se realiza por necesidad de conservar obras que se han deteriorado por la degradación física de los materiales, pero también se realiza con una necesidad de distribución a mayor escala y, por supuesto, para reducir costos económicos.

En el año 2015, se implementó el “apagón analógico” en México, lo cual significaba la transición de las señales de radio y televisión analógicas a la señal digital (El País, 2016). La justificación que se dio es que mejoraría la calidad de las transmisiones y se daría un mejor servicio, sin embargo, el trasfondo era que el espacio radioeléctrico podría soportar un mayor número de frecuencias al compactar las señales, lo que reducía costos y acrecentaba la ganancia de las empresas concesionadas para radio y televisión del país.

Lo anterior lleva a plantear que ahora los procesos de producción deben ser contemplados desde el diseño para tener una salida en soportes digitales. Así como las producciones radiofónicas y televisivas tuvieron que adaptar su infraestructura, también la fotografía ha emigrado hacia los entornos digitales, lo que a su vez cambia las prácticas de creación y las técnicas para el tratamiento de las imágenes.

El cine también ha experimentado dicha transición, incluida la producción musical, la pintura, el teatro, la danza, la arquitectura, y, en general, todas las Bellas Artes. Se han adaptado a soportes digitales que han transformado la manera en que se producen e incluso han generado nuevas expresiones artísticas culturales, resultado de la creatividad de los agentes para aprovechar los nuevos medios y espacios como el video mapping, el modelado 3D digital, los efectos especiales, las instalaciones sonoras y de video, el teatro y la danza multimedia, entre otras más.

De esta manera, los agentes que interactúan al interior del SPCM se han visto obligados a modificar sus formas de producción para adaptarse al contexto de la innovación tecnológica en relación con los medios digitales.

#### **C4 Establece estándares de calidad digital homologados para todas las producciones culturales**

Aunado a la transformación de las dinámicas de producción, los productos culturales también tienen que adaptarse a estándares o normas de calidad digital establecidos para poder ser codificados por la tecnología mundial. Esta homologación de estándares se pretende en un aspecto técnico informático, pero también en un aspecto técnico de acabado del producto.

En el aspecto técnico físico, las imágenes, los videos, los audios, es decir, los archivos digitales, deben cumplir con normas específicas para poder ser codificados y reproducidos por los aparatos electrónicos de cualquier lugar del mundo. El códec de video, la resolución de las imágenes, las frecuencias de audio, la luminancia, los formatos, deben acoplarse a los estándares universales para poder ser distribuidos correctamente (UNNE, 2018).

Lo anterior implica el conocimiento y profesionalización de los agentes culturales y los artistas para poder generar productos que cumplan con dichas normas. Los creadores de productos culturales deben también tener conocimiento técnico de las tecnologías digitales para poder desenvolverse en el SSIT.

El otro aspecto técnico es en cuestión del acabado final de los productos; se exige que estén bien terminados, que sean claros en cuestión visual o sonora, que



desaparezca lo más posible el ruido, que se cuiden aspectos como la iluminación la sonoridad y la definición. Los productos que carecen de dichos estándares de calidad técnica en los acabados generalmente son descartados, no solo por los circuitos de difusión y distribución, sino también por el público que los consume.

Cabe agregar que, en el ámbito del arte, puede que el artista tenga la intención explícita de realizar su obra fuera de los estándares de calidad técnica del SSIT, sin embargo, en su mayoría, los productos culturales -sobre todo los pensados para públicos extensos- exigen homologar sus propiedades técnicas con los estándares universales para obtener un espacio en los circuitos de distribución y consumo mundiales. La exigencia de calidad en el SSIT obliga a que los agentes que participan en el SPCM tengan que profesionalizarse y especializarse en cuestión técnica para generar productos con posibilidad de circulación.

### **C5 Impone mercados en línea de cobertura mundial**

Cada vez es más común adquirir productos por medio de compras en internet pues con el tiempo se han mejorado los procesos para transferencia de dinero y cobro directo a cuentas bancarias, además, las personas se han habituado a conseguir productos y servicios a distancia con más normalidad. El desarrollo de las innovaciones tecnológicas en el SSIT soportadas en la internet han abierto la posibilidad de que los usuarios, personas comunes y empresas, distribuyan sus mercancías por canales y plataformas virtuales.

El concepto que describe esta dinámica es *e-commerce* y “se entiende como cualquier forma de transacción comercial en la cual las partes involucradas interactúan de manera electrónica y no de la manera tradicional por medio de intercambios físicos o trato físico directo.” (Kanagúsico 2005:8) Ahora la relación comercial se establece a distancia inclusive entre personas de países lejanos.

El *e-commerce* contempla “la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de internet” (Visa 2019), acciones que ya se realizaban de manera cotidiana en el trato presencial, sin embargo, ahora

permite que las empresas establezcan mercados en línea de cobertura mundial que rebasan las fronteras geográficas de los países.

Estos mercados que involucran a todos los países del mundo entero ponen en competencia mercancías de todo tipo y calidad, las cuales se distribuyen a través de plataformas concretas para su adquisición y consumo. Esto ha afectado también a la distribución de productos culturales y artísticos, pues establece ciertos lineamientos para que puedan ser comercializados y que de esta manera sus creadores puedan obtener algún beneficio.

Como en toda relación mercantil, los creadores o empresas que poseen una superioridad económica y política distribuyen sus productos con una cobertura más amplia, lo que deja a los creadores independientes prácticamente sin espacios para ocupar los canales más comerciales. Sin embargo, así como beneficia a las empresas en tener una cobertura mundial de sus ventas, el SSIT también ofrece oportunidades para los creadores de cultura y arte independientes para generar espacios en línea alternativos a los canales comerciales, situación que se abordará en el capítulo siguiente.

En consecuencia, el SPCM ha tenido que adaptarse a estas nuevas dinámicas de distribución de los productos culturales y artísticos, incluso hasta modificar ciertos elementos de su proceso de elaboración vincular sus creaciones con consumidores de todo el mundo.

## **C6 Desarrollo de nuevas especializaciones profesionales en el ámbito de la cultura y actualización de las ya existentes**

El desarrollo de nuevas dinámicas de organización de la sociedad debido en gran medida al SSIT ha llevado también a que se transformen las profesiones en todos los ámbitos. En la actualidad se está dando un proceso de “convergencia profesional” el cual:

“refiere a la mutación, generación e hibridación en el ámbito laboral. Implica un cambio de actitudes, aptitudes y habilidades de todas las profesiones, no solo aquellas relacionadas inmediatamente con las redes informáticas[...] Algunas

profesiones se combinan con otras y se generan nuevas profesiones para satisfacer la demanda de trabajo con calidad, rapidez y eficacia. También en los últimos años ha sido más fácil trabajar en equipo y a distancia; por lo tanto, algunas profesiones se han adaptado a las novedosas formas de colaboración. Algunas profesiones también han nacido en los últimos cinco o diez años por la necesidad de especializarse en ámbitos no estudiados ya sea porque no existían o porque no crecían aceleradamente.” (Cortés 2018:66)

Ahora existen profesiones y especializaciones que antes no se imaginaban, como la nanotecnología, la genética, las ciencias biomédicas, la robótica y la ecología, consecuencia directa de los avances tecnológicos y de las necesidades particulares de la sociedad. Este proceso también afecta al SPCM, dónde se han desarrollado profesiones como la gestión cultural, la educación y comunicación intercultural, las artes digitales, la producción musical digital, la curaduría digital, entre otras.

La Gestión cultural es un claro ejemplo de una profesión que se ha modificado y que ha tenido que transformarse para adaptarse a las demandas de la actualidad. Ahora un gestor cultural no solo genera los vínculos entre los artistas, los inversionistas, los espacios y otros agentes, sino que además debe tener un amplio conocimiento sobre administración de plataformas digitales, gestión de espacios digitales, canales de difusión digitales, marketing, manejo de más de tres idiomas, por ejemplo. El trabajo que antes hacía un grupo de personas que organizaban exposiciones en espacios determinados ahora lo puede realizar un solo individuo aprovechando los recursos tecnológicos que se concentran en una computadora o un smartphone.

Si se realiza una búsqueda superficial en la web se encontrará una amplia oferta de diplomados, cursos, talleres, licenciaturas, maestrías y doctorados sobre Gestión Cultural. El número de expresiones artísticas y culturales ha crecido, por lo tanto, se ha hecho cada vez más necesaria la figura de un profesionalista o especialista que pueda establecer las vinculaciones correctas para darle salida a los productos sobre todo ahora que los canales se han diversificado.

Otro claro ejemplo de una profesión de reciente creación es el Artista de efectos especiales en el cine digital, personas extremadamente especializadas en la creación de efectos ópticos y sonoros a partir de la alteración de la imagen y el sonido o bien de la generación de materiales digitales; aunado a sus ramas cada vez más solicitada en la producción audiovisual que es la animación digital, y así se podrían explorar más ejemplos.

Por lo tanto, los productores culturales y artistas ya no solo tienen los conocimientos para desenvolverse en las disciplinas clásicas del arte y la cultura, sino que además ya tienen conocimientos de programación informática, modelado tridimensional en *softwares* computacionales, producción de audio digital, diseño y gestión de redes sociales digitales, creación de plataformas web. La exigencia de especialización profesional ha crecido y se volverá cada vez más constante entre los agentes del SPCM y entre los profesionistas en general.

**C7 Desarrollo de aplicaciones (apps), que integran procedimientos de producción musical, de dibujo, modelado o de otras opciones productivas, que facilitan a los usuarios los procesos de producción.**

Con el desarrollo tecnológico de aparatos cada vez más portables como teléfonos móviles y tabletas se fueron mejorando los softwares para realizar acciones concretas en ellos, desde el desarrollo de videojuegos básicos, hasta procesadores de imagen y video, procesadores de texto, grabadoras, agendas electrónicas y generadores de audio.

Los dispositivos móviles ahora se han vuelto herramientas tecnológicas en donde convergen antiguos recursos tecnológicos como el radio, el reproductor de audio, la cámara y la mensajería instantánea, lo que ha llevado a la creación de “Aplicaciones” (Apps), para aprovechar funciones específicas de las herramientas que ofrece el celular o la tableta.

Una *App* se puede entender como la versión sintetizada de un programa de computadora, especializada en acciones concretas y sencillas de fácil accesibilidad para el usuario. De esta manera se puede editar video, crear imágenes, dibujar,

generar música, modificar sonidos, inclusive hasta elaborar videos profesionales en dichos aparatos sin la necesidad de recurrir a otras herramientas y sin tener que trasladarse a un espacio, taller o estudio especializado.

El desarrollo de las *Apps* dedicadas especialmente a la producción de contenidos artísticos ha ofrecido diversas posibilidades de creación para los artistas, lo que a su vez facilita los procesos de producción y abarata los costos. Ejemplo de esto son las aplicaciones de producción musical, en la que se pueden generar ritmos, emular instrumentos musicales, sintetizar, samplear y procesar sonidos, etc. sin la necesidad de adquirir los instrumentos físicos, lo que elevaría exponencialmente los costos de producción.

Ahora es más común ver que creadores de cultura y artistas del SPCM recurren al uso de dichas herramientas digitales para producir sus obras de manera independientes y con una baja inversión. Esto a su vez representa una gran oportunidad para que personas interesadas en el ámbito puedan comenzar a involucrarse de un modo sencillo y accesible.

Por el momento aquí, finalizará la descripción del suprasistema de la Innovación Tecnológica y la manera en que afecta al SPCM en diversos aspectos, lo que condiciona a sus agentes a adaptarse a un entorno que se está transformando de forma acelerada. A continuación, se hará la descripción del Sistema, objeto de la presente investigación, con el fin de avanzar de acuerdo a la metodología planteada en un principio.

### **2.3 La cultura y el Sistema Complejo de Producción Cultural en México**

Abordar el tema de cultura resulta sumamente delicado pues al entenderlo como un concepto se entiende que varias disciplinas han contribuido a su construcción y definición. Disciplinas como la antropología, la sociología, la política, la economía, la psicología, la filosofía, la comunicación, entre otras, presentan enfoques diversos sobre el concepto, cada una desde su particular óptica. Para esta investigación se retomará el concepto que parece más claro de cultura con la finalidad de establecer un piso mínimo desde el cual se pueda avanzar.

Existen a grandes rasgos dos vertientes para entender a la cultura: la primera, en una visión tradicional o humanista, refiere al conjunto de aptitudes y conocimientos que a través de la experiencia o de la educación posee una persona; la segunda, desde una visión de las ciencias sociales y la antropología, se entiende como “el conjunto de acciones, actividades, productos materiales y espirituales, que distinguen a una sociedad determinada de otra” (Gallardo, 1998:3). La segunda visión es la que mejor funciona para los fines del presente trabajo.

Derivado de las nociones de cultura de Immanuel Kant (1781) y de los post-kantianos, la cultura se puede entender como el lugar donde se producen bienes materiales y también espirituales. El ser humano, a partir de su trabajo y con la intención de modificar el mundo que lo rodea, crea productos materiales que se denominan “bienes culturales”, y también, derivados de la espiritualidad (de la subjetividad,) genera valores culturales que residen en los bienes antes mencionados (Gallardo, 1998:3)

Como ejemplo de los bienes materiales se tienen las tradiciones, las costumbres, el arte, las ciencias, las técnicas y las religiones. Es decir, productos tangibles y bien definidos que surgen de la práctica social de las sociedades; por el otro lado, los valores culturales deben entenderse como ideas abstractas que le otorgan el contenido a los productos, como la verdad, la justicia, el amor, la paz, la libertad y la felicidad.

Los bienes culturales se pueden modificar, pues su carácter es temporal y se encuentra limitada a la existencia de la civilización, pueblo, cultura, en los que se concibieron. Por el otro lado, los valores son universales e inherentes a toda sociedad y, pese a que se modifican y transforman, nunca desaparecen. Este trabajo se centra en la producción de dichos bienes culturales, y específicamente en sus creadores y dinámicas de interrelación, idea que debe tenerse presente para la fase posterior de su desarrollo.

El SPCM engloba todas aquellas dinámicas de producción, atesoramiento, enriquecimiento, fomento y preservación de actividades usualmente denominadas

“culturales” o “artísticas”. En este sistema se concentran todos los agentes dedicados a la producción de cultura ya sea desde la tradición y costumbres, hasta expresiones más elaboradas de manera formal como la danza, el teatro, la pintura, el cine, la fotografía, la música, la animación y el diseño.

Se debe entender como un sistema complejo porque cumple con las propiedades descritas al comienzo de este capítulo:

- a) Se compone de una gran cantidad de agentes, como artistas, gestores culturales, académicos, foros, galerías, museos, escuelas, talleres, medios de comunicación colectiva e instituciones formales.
- b) Dichos agentes han generado redes para la producción de cultura ya constituidas y probadas de generación en generación.
- c) Las relaciones que establecen entre ellos no son homogéneas, pues muchas veces entran en competencia, colaboran, cooperan, frenan a otros, lo que podría afirmarse como relaciones dinámicas,
- d) Cada agente se dedica a procesos de producción completamente distintos, e inclusive la visión que tienen sobre la cultura los lleva a formas de proceder distintas, se sobreponen a las irritaciones de otros agentes y a su vez a las descritas anteriormente provenientes de los suprasistemas del entorno.
- e) Poseen propiedades emergentes que surgen casi siempre en ambientes no formales y no institucionalizados, es decir, desde formas de producción independiente lo que genera estructuras nuevas dentro del sistema, como es el caso de los músicos independientes, tema central de esta tesis.
- f) Las relaciones ya mencionadas muchas veces se establecen por canales formales, pero también por canales informales, siendo esta vía la más efectiva para la conformación de productos culturales nuevos.
- g) Existe una riqueza de interacciones entre los agentes del SPCM, pues además de ser numerosos, los vínculos que establecen unos con otros se da en diversos aspectos, y los agentes suelen ser muy versátiles para poder cubrir roles muy variados dentro del sistema.

- h) El punto anterior, se relaciona con el establecimiento de relaciones no lineales, muy versátiles y con capacidad de creación de productos nuevos por la gran capacidad de inventiva de los agentes artísticos, en ese sentido, el SPCM es muy poco estático.
- i) Los pequeños cambios que se registran dentro del SPCM pueden afectar al conjunto total de los agentes, por ejemplo, la película *Roma* (2018) de Alfonso Cuarón presentó como personaje principal a una indígena hablante del mixteco, quien conversa en diversas ocasiones en su lengua materna, esta situación podría pasar desapercibida, sin embargo la película fue tan exitosa que orilló al gobierno mexicano a poner en la agenda pública las condiciones deplorables y discriminatorias que viven los indígenas del país e incluso se propuso elaborar leyes para garantizar su derechos y proteger su cultura (Méndez y Muñoz 2019), un cambio pequeño puede generar grandes transformaciones en el sistema.
- j) Las relaciones que establecen los agentes del SPCM generalmente son de rango corto y con distribución de actividades muy concretas, por lo que para generar los productos debe siempre haber colaboradores o gente que conozca a alguien que sepa desarrollar la actividad, por lo que el sistema tiene una fuerte cohesión.
- k) Las interacciones que se dan entre los elementos del SPCM tienen un sentido que se cumple por medio de las acciones de los individuos, la cual siempre es respuesta a una acción anterior, la recurrencia o retroalimentación es constante y necesaria, la cual ha generado grandes cambios a lo largo de la historia de la producción cultural en el país.
- l) El SPCM es un sistema abierto que se encuentra hiper relacionado, afecta y es afectado por su entorno transaccional, como ya lo vimos anteriormente con la descripción de los suprasistemas político, económico y de la innovación tecnológica.
- m) Al interior del SPCM las interacciones son dinámicas y variables, de tal manera que se puede afirmar que es homeostático, o que está en un equilibrio precario, lo que da pie a que existan nuevas transformaciones que redirigen su trayectoria y por tanto nunca se estanque ni desaparezca, pues siempre hay una renovación de las prácticas culturales.



- n) Las estructuras que componen al sistema están moderadamente definidas, sin embargo, no son definitivas y pasan por diversos estados en su paso por el tiempo.
- o) El SPCM no se puede entender sin los acontecimientos que ocurrieron en su pasado, por ejemplo, sin entender el periodo de conquista e imposición de la cultura española sobre la indígena, sin la invasión ideológica de los países centrales en los años 50s, sin la constitución de arte como institución en México a inicios del siglo XX. Es un sistema histórico del que se puede explicar su presente solo si se entienden los acontecimientos del pasado.
- p) Los agentes que participan en el SPCM no son conscientes de la totalidad de operaciones que ocurren en el sistema, pues se ven limitados a la información inmediata que poseen, los artesanos, por ejemplo, ignoran que la situación que viven en Michoacán respecto a su oficio, es la misma que se vive en Oaxaca y a su vez es la misma que se vive en Guerrero, solo si se ofrece una visión amplia y externa al sistema, se puede describir la mayor parte de sus problemas.
- q) Retomando el tema de la emergencia, ésta surge cuando los agentes comienzan a interactuar de forma autónomas y empiezan a coordinarse con otros agentes a partir de reglas sencillas de operación, por ejemplo, el surgimiento de las Fábricas de Artes y Oficios (FARO) en las periferias de la ciudad surgen como exigencia de grupos de artistas que buscaban obtener educación formal sobre artes que eran de su interés. La manera en que se organizaron fue simple, pero al sumarse más agentes al movimiento, es como consiguió tener una mayor fuerza, y esto solo fue a través del contacto directo que existía entre ellos.
- r) El SPCM se organiza a partir de información que se genera entre sus elementos internos y del entorno que lo rodea. La información sirve para estructurar o semi-estructurar las relaciones que existen al interior del sistema y que haya una persistencia en el tiempo.
- s) El sistema que abordamos cumple con la propiedad de ser adaptativo a la irritación de su entorno, sobre todo a partir de las actividades que se generan en procesos de producción independientes, pues siempre otorgan respuestas novedosas para enfrentar los embates hostiles de los sistemas políticos y

económicos del contexto. Se puede afirmar que la producción cultural es uno de los sistemas sociales más innovadores y adaptativos que existe en el país.

t) Las acciones reiterativas que se llevan a cabo dentro del SPCM llevan a generar redes de relaciones cada vez más robustas, es decir, cumple con la propiedad de resiliencia que lo vuelve más fuerte ante una transformación brusca de los otros sistemas. Los artistas son los que demuestran mejor esta propiedad, pues generan sus oportunidades, aunque el entorno se haya transformado varias veces, integran colectivos de creación, se vinculan con distintas disciplinas, exploran campos ajenos a su área, etc. de la manera que es poco probable que se pueda detener el arte si se cierra alguna escuela o algún museo, pues su capacidad inventiva de sus recursos y su resiliencia los llevan a generar nuevos espacios y proponer más opciones.

u) Pese a que existen instituciones formales y que han tenido una larga duración en la historia, lo cierto es que ninguna de ellas lleva el control del total de los agentes productores de cultura, pues no existe una centralización de la creación cultural. Los núcleos de producción cultural se encuentran diversificados y no se puede establecer un mando central que establezca normas para que se lleven a cabo sus dinámicas.

v) Por último, el SPCM se encuentra ubicado dentro de una heterarquía fractal, lo cual significa que se puede localizar bajo los suprasistemas globales, y a su vez está integrado por subsistemas que tienen sus propias dinámicas. El SPCM nunca se puede entender si se aborda de manera focalizada y aislada sin contemplar los factores del entorno que lo llevan a establecerse como se encuentra en la actualidad.

El SPCM se puede entender como un sistema complejo ya que cumple con las propiedades mencionadas al comienzo del presente capítulo. Conforme a la metodología propuesta para el presente trabajo, primero se realizó la descripción de los suprasistemas, y ahora se debe comprender la constitución interna del sistema para dar paso al tema que compete.

En los apartados anteriores ya se revisó cómo el entorno transaccional del SPCM condiciona las actividades y relaciones que se establecen al interior del sistema, lo que genera dos situaciones: por un lado el acoplamiento estructural a las estructuras externas (Luhmann 1993) mediante la consolidación de algunos agentes o grupos culturales y artísticos en escaños institucionales, y por otro lado, la autopoiesis de estructuras internas que transforman al sistema desde el interior y que en su mayoría surgen de propuestas independientes o no adheridas a las instituciones.

### **2.3.1 Subsistemas de producción cultural**

Como reza la teoría de sistemas complejos, y con apoyo del concepto de heterarquía fractal (Cilliers 2007), se puede entonces entender que dentro del Sistema de Producción Cultural en México existen organismos internos que tienen a su vez sus propios agentes, relaciones y dinámicas de organización que se integran en conjuntos para la realización de tareas en específico denominados subsistemas. En esta investigación se distinguen dichos subsistemas por la actividad que desempeñan sus integrantes, organizados en disciplinas culturales o artísticas, y luego se categorizan en formales o informales por su forma de organización y la dinámica para realizar sus actividades.

En consecuencia, los Subsistemas de producción cultural al distinguirse por la disciplina artística se definen de la siguiente manera: subsistema de creadores de danza, subsistema de creadores de artes visuales (pintura, escultura, dibujo, grabado, instalaciones), subsistema de creadores de teatro, subsistema de creadores de cine, subsistema de creadores cultura originaria, subsistema de creadores de televisión y radio, y por supuesto, tema central de este trabajo, el subsistema de creadores de música.

Como ya se mencionó, los elementos y relaciones que conforman cada uno de los subsistemas mencionados se pueden categorizar en dos grandes conjuntos dependiendo de sus dinámicas de organización y producción: los subsistemas de producción formales (institucionales) y los subsistemas de producción informales (independientes), distinción que lleva a comprender el subsistema analizado en esta

investigación: el subsistema de creadores de música independiente en contraposición al subsistema de creadores de música formal o institucional.

Se debe hacer la aclaración de que estas categorizaciones planteadas en la investigación no establecen límites tajantes entre subsistemas formales e informales, pues los agentes culturales y artistas se hacen valer de los elementos de ambos para crear sus productos.

A continuación, se explicarán estas dos categorías:

### **2.3.1.1 Subsistemas de producción formales**

Son aquellos que se gestan bajo el reconocimiento institucional del gobierno o empresas establecidas. Están estructuradas mediante leyes orgánicas, organigramas, reglamentos oficiales, procedimientos constantemente probados y reiterativos, tienen programas y planes de trabajo establecidos, y son reconocidas por los agentes sociales como organismos o agentes con un papel de autoridad en el área, a los cuales se puede acudir para obtener productos o servicios ya probados y constituidos.

Los subsistemas formales o institucionales realizan procedimientos normados por estructuras jerárquicas verticales definidas para proceder con sus actividades, en este sentido, las propuestas de producción cultural que surgen deben ser aprobadas previamente por la cabeza de la organización para que puedan tener salida al público. Algunos ejemplos de estos procesos de producción cultural formal son: los programas culturales del gobierno, los festivales nacionales e internacionales de arte, los planes y programas educativos artísticos oficiales, los circuitos de difusión y distribución oficiales y medios de comunicación colectiva institucionales; entre otros.

En este sentido, todos los productos culturales que surgen de subsistemas formales se apegan a los criterios establecidos en cuanto a contenido, forma y organización; de tal manera que existe una estructura superior que determina si los productos tendrán salida al público, qué tipo de productos son los que se apegan a la norma,

y, sobre todo, como ya se revisó con anterioridad, priorizan los que dejen un mayor margen de ganancia económica para las instituciones productoras.

Los subsistemas de producción cultural formal pueden ser de carácter público o estatal (dependencias de gobierno) o privado (empresas en su mayoría centradas en el ámbito del entretenimiento), los cuales se han consolidado en el SPCM primero por su permanencia a través del tiempo (historia) y segundo, por las relaciones que han consolidado con otros agentes y estructuras institucionales económico-políticas del país.

En el ámbito de la administración pública existen diversos agentes que se pueden mencionar como elementos de los subsistemas formales, algunos ya se han mencionado: la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Turismo, el Instituto Nacional de las Bellas Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, la facultad de Artes y Diseño, la Facultad de Música, el Conservatorio Nacional de Música, la Escuela Nacional de Danza Clásica y Contemporánea, el Centro Nacional de las Artes, Casas de Cultura y Museos de gobierno. Las actividades que se desarrollan en el ámbito público están financiadas con recursos del erario.

Por su parte, en el ámbito privado existen otros más como: Galerías y exposiciones de arte privadas (Kurimanzuto, Casa Barragán, Zona MACO), medios de comunicación colectiva como Televisa, Tv Azteca, Multimedios, Imagen, organizadoras de eventos culturales y venta de boletaje como Ocesa, Ticketmaster, Boletia, grupos empresariales, Escuelas de arte particulares (Fermatta, G Martell, CEA, por ejemplo). El financiamiento de las actividades que llevan a cabo estos agentes es por parte de empresarios de la iniciativa privada consolidados en la economía mexicana a través de generaciones.

Los subsistemas de producción formales se diferencian de los informales porque en su mayoría proceden de estructuras poco mutables, tienden a ser poco adaptativos ante el entorno, los cambios internos suceden de forma muy lenta y paulatina, la creatividad de los artistas está un poco limitada en estos espacios, y hay poca apertura a la experimentación y propuestas novedosas.

### **2.3.1.2 Subsistemas de producción informales**

Están constituidos por agentes que llevan a cabo sus actividades fuera de las normas formales, es decir, no existen formas de proceder definidas y generalmente la distribución de las actividades se da en estructuras mayormente horizontales. Los creadores de arte y cultura en los subsistemas informales buscan actuar por iniciativa propia y establecen sus relaciones con otros actores para constituir sus productos.

La organización de estos agentes se da de manera emergente y en ocasiones es fugaz. Su estructura se encuentra en constante cambio y su permanencia en el tiempo es volátil. Solo algunos proyectos u organizaciones logran constituirse como instituciones y formalizarse, sin embargo, la mayoría de las veces su organización y dinámicas se reconfiguran una y otra vez.

Los subsistemas de producción informal tienen la capacidad de adaptarse fácilmente a las perturbaciones del entorno, y sus respuestas suelen ser novedosas para hacer frente a los obstáculos y limitaciones que encuentran a su paso. En este sentido, a diferencia de los formales, la creatividad no se enfrenta a limitaciones de carácter normativo, hay una mayor libertad para las propuestas lo que conlleva a que los artistas puedan generar productos más novedosos y también formas de organización diversas, ejemplo de ello es la constitución de colectivos artísticos, grupos dancísticos y teatrales, aprovechamiento y ocupación de los espacios públicos, constitución de foros y la búsqueda de nuevas formas para difundir y distribuir sus productos haciendo uso de los medios que tengan a su alcance.

Se puede hablar de un sin fin de proyectos artísticos que han existido en los subsistemas de producción informal, los cuales no se encuentran centralizados en puntos geográficos concretos y los temas que abordan pueden ser muy variados. Es común que los agentes que los constituyen formen parte de varios proyectos al mismo tiempo para poder subsistir, lo que lleva a que la recombinação de ideas entre los miembros sea fluida y nutra nuevas propuestas por realizar.

También a diferencia de los subsistemas de producción formal, el financiamiento en el ámbito informal se obtiene de los recursos propios de los artistas, quienes a su vez consiguen el dinero de la realización de otras actividades laborales a veces fuera del arte y la cultura. Esta situación es uno de los mayores factores por los cuales los creadores informales o independientes se ven obligados a abandonar sus proyectos, situación que se abordará en el siguiente capítulo.

Otros medios de donde también obtienen recursos son del apoyo de becas de las instituciones formales, préstamos bancarios o bien a través del dinero que destinan algunas empresas para la deducción de impuestos con la justificación de invertir en proyectos “socialmente responsables”. Se puede deducir, entonces, que los recursos económicos con los que cuentan los subsistemas de producción informales son limitados y escasos.

A continuación, el tercer capítulo se centrará en describir el Subsistema de creadores de música independiente, el cual cumple con las características antes mencionadas y presenta un campo de estudio vasto para comprender el proceso de constitución de estructuras novedosas a partir de los fenómenos de autoorganización y emergencia presentes en todos los sistemas complejos.

**Capítulo III: El  
Subsistema autopoietico  
de Creadores de Música  
Independiente en la  
CDMX (2000-2020)**



### **CAPÍTULO III: EL SUBSISTEMA AUTOPOIÉTICO DE CREADORES DE MÚSICA INDEPENDIENTE EN LA CDMX (2000-2020)**

Como ya se expuso anteriormente, los sistemas están compuestos de agentes, relaciones y dinámicas de organización interna para subsistir en el tiempo. Este capítulo se centrará en analizar y describir las dinámicas de operación del SCMI de acuerdo con el siguiente camino:

- a) Primero, se definirá el Subsistema de Creadores de Música Independiente, y el concepto de *música independiente*.
- b) Segundo, se realizará una breve descripción del origen de la música independiente desde el cual ha evolucionado el SCMI, mediante la comprensión de su Espacio de Estados marcado por su trayectoria en el tiempo.
- c) Tercero, se llevará a cabo una categorización y descripción de los agentes sociales que participan en el SCMI,
- d) Cuarto, se realizará una descripción y análisis de las dinámicas de operación que efectúa el SCMI para subsistir en el tiempo y el señalamiento de los canales de comunicación utilizados para difusión de los proyectos,
- e) Y, por último, se realizará una prospectiva sobre el SCMI frente a la crisis de la pandemia por Covid-19

#### **3.1 El Sistema de Creadores de Música Independiente como un sistema autopoietico**

Recuperando el concepto de autopoiesis descrito en el capítulo anterior, el Subsistema de Creadores de Música Independiente se define como un sistema autopoietico porque cumple con las características ya mencionadas. Ante las dificultades sociales que existen en su entorno, se ha adaptado con el tiempo para continuar creando productos musicales. Es un sistema sumamente adaptativo, robusto y resiliente en el que sus integrantes modifican sus prácticas de manera reiterativa con el fin de poder seguir generando espacios para la creación musical.

Los creadores de música independiente, como también ocurre con los artistas de otras disciplinas, han generado una forma de organización propia que se ha

adaptado a las exigencias político-económicas del contexto mexicano, las cuales ya se mencionaron en los capítulos anteriores. Han generado sus propios roles e integrado agentes que se especializan en todo tipo de actividades, como los creadores visuales, los organizadores de eventos, los programadores digitales y los productores de mercancías, entre otros.

Muchas veces las estructuras organizativas de los creadores de música independiente se han retomado de la producción musical industrial clásica, pero se han adaptado a las posibilidades que ofrece la organización independiente. No obstante, la mayor parte de su estructura ha surgido de forma propositiva y autopoiética pues los creadores han encontrado nuevas formas de hacer las cosas sin la necesidad de involucrarse con autoridades del sistema de producción cultural, lo que a su vez resulta sumamente atractivo para la producción industrial porque de estas nuevas ideas renueva sus prácticas, estructuras y productos.

Un creador de música independiente (CMI) debe entenderse como la persona que se encarga de generar productos musicales a partir de una iniciativa propia y que se respalda de recursos propios también. Esta persona se dedica a gestionar su proyecto musical y se coordina con otros creadores para poder continuar realizando su arte.

Los CMI se apoyan en diversos recursos para seguir promoviendo su proyecto, y ocupan las plataformas que se encuentran a su alcance para difundir su actividad. Pocas veces resulta que un creador de música independiente sea retomado por la industria musical para explotar económicamente su proyecto, en su mayoría se promueven en espacios generados y administrados por personas con quienes pueden hacer tratos personales y de beneficio mutuo para difundir su música.

Los CMI no se limitan a definirse solo como músicos, pues también se dedican a muchas diversas actividades para complementar sus proyectos. Tampoco se les puede insertar en un género musical definido (indie o alternativo) porque los proyectos musicales son muy variados y aceptan desde la música de samplers

digitales como la electrónica EDM e IDM, el reggaetón, hasta el rock, el ska, reggae, ritmos latinos, el metal y sus variantes.

Lo que define a los CMI es la manera de producción y los circuitos de distribución y difusión de su música más allá del contenido, aunque más adelante se apuntará que sí existe un catálogo estético sonoro, definido por el mismo subsistema, para permitir la membresía al grupo por parte de los creadores.

Cabe agregar que no todos los creadores de música se pueden denominar como independientes, aunque se encuentren dentro de los mismos géneros. Divididos en tres grandes bloques, se pueden definir las siguientes categorías sociales para comprender el objeto de estudio del presente trabajo:

a) **Creadores de Música Marginales:** entendidos como aquellos artistas que tienen poco tiempo de haber comenzado a dedicarse a la actividad, apenas han comenzado a instruirse como músicos, la difusión de sus creaciones se limita a conocidos cercanos, amigos y familiares, sus relaciones con otros integrantes del subsistema son pocas o nulas, dedican poco tiempo a la actividad musical puesto que la toman como un pasatiempo o hobby, la difusión de sus proyectos es limitada a los pocos espacios de los que llegan a hacerse como fiestas o foros de sus colonias. La calidad de su proyecto musical puede ser buena en cuestión de contenido, pero muchas veces la cuestión técnica limita la distribución de los productos. Muchos creadores de música pueden permanecer en esta categoría incluso durante toda su vida (lo que dure el proyecto) porque dedica poco tiempo a explorar nuevas rutas para promover su proyecto o lo hace de manera *amateur*.

b) **Creadores de Música Independientes:** artistas con una trayectoria más o menos basta en el mundo de la música, muchos cuentan con una instrucción musical formal o informal, han entablado diversas relaciones con integrantes ya consolidados en la escena independientes como productores y dueños de foros, la difusión de sus proyectos tiene un alcance más amplio entre las personas, incluso han generado públicos particulares o grupos de fanáticos que los siguen, más de la mitad de su tiempo está dedicada a la actividad musical y generalmente lo alternan con empleos relacionados con el ámbito como docentes de música y productores

musicales, entre otras labres profesionales, los espacios de difusión a los que tienen alcance son los inherentes a la escena independiente, como foros ya consolidados o algunos medios de comunicación colectiva concretos. Hay un equilibrio entre la calidad musical de sus proyectos y la calidad técnica, lo que facilita la distribución de sus productos. Todos han surgido de entre los músicos Marginales, y pueden mantenerse como Independientes un tiempo limitado, dependiendo de los objetivos que persigan con sus proyectos, así como de las relaciones que continúen estableciendo con otros integrantes del subsistema.

c) **Creadores de Música Consolidados:** artistas que tienen una amplia trayectoria en el ámbito musical, han pertenecido a proyectos musicales por muchos años y poseen el apoyo de la industria musical, están hiper-relacionados con agentes de la industria y sus proyectos musicales tienen pocos obstáculos para su difusión en el público, generalmente los espacios siempre están abiertos para sus proyectos y gozan de una gran apertura en medios de comunicación colectiva para promover sus productos, ya cuentan con públicos bien definidos que los apoyan, dedican gran parte de su tiempo a la música y su sustento viene de esta actividad, cuentan con gran inversión por parte de la industria musical así como con contratos que garantizan sus ganancias y respaldan sus proyectos. Pocos músicos llegan a consolidarse en el subsistema, y, pese a que se puede pensar que su éxito deviene directamente de su trabajo, más bien se le puede atribuir a las relaciones que tienen con autoridades y empresarios del ámbito musical y cultural.

El presente trabajo está centrado en la categoría de Creadores de Música Independientes, quienes se enfrentan directamente a los problemas enlistados en el capítulo 1. Son estos creadores los que han generado estructuras novedosas para continuar creando sus productos en el país y quienes han tenido una respuesta resiliente frente a todos los obstáculos que se plantean dentro del Sistema de Producción Cultural en México.

### 3.1.2 Definición del concepto de Música Independiente

Antes de continuar con la descripción del proceso de construcción del SCMI, es importante revisar primero un concepto que causa mucha confusión cuando se hace investigación en este campo: el concepto de Música Independiente.

Existen tres acepciones diferentes del concepto de música independiente: a) la primera refiere a la música que es promovida por disqueras independientes, b) la segunda refiere al género "indie", c) y la tercera, más extensa, refiere a la música producida y gestionada por músicos independientes, y promovida en circuitos independientes con esfuerzos y financiamiento propio (Bennett 2000).

a) La primera acepción refiere a un momento específico de la historia de la música, a mediados de los años 70s del siglo pasado, en el que en Reino Unido comenzaron a surgir disqueras independientes que intentaron competir con las disqueras *major* de la época. Esto no quiere decir que estas pequeñas disqueras no existieran desde antes:

“Desde los años sesenta existieron sellos independientes en Estados Unidos (Motown, Stax, Chess, Sun y Atlantic), pero que a principios de los setenta fueron absorbidos por las grandes discográficas (EMI, Universal). El movimiento indie como tal surge con el punk y su filosofía DIY (Do It Yourself)” (Paredes 2007)

Los punks, con su filosofía *Do It Yourself* (Hazlo tú mismo), empezaron a producir música en disqueras que poseían equipo de grabación viejo y en mal estado, lo que a su vez le aportaba una estética sonora *lo-fi* a sus creaciones. Es este momento el que se ha considerado como el inicio de la música independiente, porque las pequeñas disqueras de amigos o conocidos funcionaban como distribuidoras locales de música. Si el músico había firmado con una disquera independiente, entonces su música también lo era.

Esta acepción se sigue empleando en gran cantidad de países, como México, y es relativamente acertada; la limitante es que, de acuerdo con esta lógica, solo se es independiente si la disquera que te firma lo es, cuando el proceso de producción musical es más amplio e involucra más acciones y actores sociales.

b) Otra de las acepciones del concepto de Música independiente es la que se emplea para definir un género musical. Este uso se popularizó durante la década de los años 90s, tanto en Estados Unidos como en Inglaterra, para hacer referencia a dos géneros de la época: el Grunge en EU y el Brit Pop en Reino Unido, entre otros géneros más.

En la prensa británica, se ocupó la abreviación *Indie* para nombrar a toda la música y agrupaciones musicales que tocaban dicho género, así como también se ocupó el término Rock alternativo para denominarlos. Y posteriormente, surgieron tres categorías dentro del “Indie” para nombrar a tres derivaciones musicales diferentes: el *Indie Rock*, el *Indie Pop* y el *Indie Folk*, donde se puede enmarcar a distintos músicos que relativamente tenían un sonido similar (Boix 2017:7).

Esta denominación se ha ido modificando con el paso del tiempo y varía dependiendo de cada región o país. Actualmente en México, los términos *Indie*, alternativo o música independiente se siguen ocupando con frecuencia en distintos medios de comunicación colectiva y grupos de personas para referir a las agrupaciones musicales y productos que se insertan dentro del género rock pop, rock balada o rock “experimental” más recientes; y no considera otras ofertas musicales provenientes desde otros géneros y además llega a ser inespecífica en el sentido que no hay una definición exacta del género *Indie*.

c) Por último, se encuentra la acepción de música independiente que refiere a los productos creados por músicos que gestionan su propio proyecto a partir de sus recursos. Esta perspectiva es más reciente y se ha explorado poco tanto en el periodismo como en la investigación académica; la noción deriva del sentido común ya que es evidente que los grupos de músicos que producen sin pertenecer a la industria existen en todos los países del mundo.

Para esta investigación se retomará esta última perspectiva, pues engloba las dos acepciones anteriores, pero la diferencia es que las retoma desde la visión de los músicos, sus dinámicas de interacción y objetivos. Entonces, la música no depende

de la disquera a la que pertenece, ni del género musical, si no de los artistas y sus formas de producción y distribución por distintos canales y circuitos no industriales.

Revisar la evolución del concepto de “música independiente” ayuda esclarecer el tema de la presente investigación y establecer términos en común para su correcta comprensión. Para este proyecto, lo que interesa es mostrar que la independencia radica en la manera en que los músicos conceptualizan, crean, gestionan y difunden sus proyectos respecto a sus propias motivaciones y redes creadas para este fin.

Como se dejó ver en este apartado, las bases para la conformación del SCMI no se establecieron en últimas fechas, aunque pareciera lo contrario debido a que las prácticas más novedosas han tenido su base en el crecimiento de la www y las plataformas digitales. Por ello, antes de describir la situación actual de SCMI, primero conviene realizar una breve descripción sobre la ontogenia del sistema o, como también se conoce, su trayectoria dentro del espacio de estados (Lara Rosano 2018), para comprender cómo es que ha llegado hasta el momento actual en que se desarrolla.

### **3.2 Origen de la música independiente en México**

Desde la perspectiva de los sistemas complejos, un espacio de estados se entiende como los diferentes momentos por los que ha transitado un sistema en su trayectoria. Los sistemas, al modificar su posición en el tiempo a cada momento, solo se pueden estudiar si el observador describe los espacios que ocupó, bajo la idea de que en una siguiente fase el sistema se ha convertido en otro completamente diferente.

En términos abarcativos, los creadores de música independiente han existido desde que siempre, sin embargo, se puede comenzar a hablar formalmente de su inicio cuando se creó y fortaleció la industria de la música alrededor de los años 30s y 40s del siglo XX, principalmente en Estados Unidos, con la comercialización colectiva de la radio en los hogares.

Durante los primeros años en que creció la presencia de los músicos en la cultura popular, la música se consideraba como un entretenimiento complementario para

pasar el tiempo en los hogares. Mientras en Estados Unidos el género predilecto era el jazz, en México había dos opciones musicales populares: por un lado, se escuchaba la música heredada de la revolución, como los corridos rancheros, y por otro la balada romántica de Agustín Lara y de otros cantantes, quienes habían participado en numerosas películas pertenecientes a la época que ahora conocemos como cine de oro mexicano (1930-1960).

Como José Agustín refiere en su libro *La Contracultura en México*, en dicha época no existía la idea de “juventud” en las sociedades, de ser infantes se convertían en adultos. El autor menciona que solo en lugares como la frontera comenzaba a darse una efervescencia de la juventud que buscaba establecer actividades propias diferenciadas de las de sus padres, como las fiestas, la forma de vestir o la música.

El primer gran ejemplo fueron los pachucos durante el final de los años 40s, quienes se apropiaron de la música mambo que se tocaba en salones de baile de la zona. Sin embargo, no es hasta los años 50s, cuando en Estados Unidos se forja un género nuevo conocido como *Rock n Roll*, que empieza a gestarse en los jóvenes de la época un sentido de pertenencia que los alejaba de ser como la generación anterior. Sin duda es necesario mencionar a *Chuck Berry, Little Richard, Bill Haley and his comets* entre otras más como los iniciadores de esta nueva faceta.

El surgimiento del *Rock n Roll* como música ha sido muy investigado sobre todo en su país de origen. Nace de la mezcla de distintos ritmos musicales, marginales y comerciales de la época:

“El rockanrol es el resultado de la fusión de varios estilos musicales negros y blancos en Estados Unidos: el *blues* (de donde el rockanrol toma la estructura armónica y el uso celebratorio de temas sexuales), el *rythm and blues* (otro ritmo negro de donde toma el ritmo binario y el uso del saxofón y posteriormente, de la batería) y el *country western* (música blanca que, como el blues en la población negra, se ocupa de los elementos trágicos de la vida, utilizando la guitarra y la voz). Además, hizo uso de la danza, del *boogie-woogie*, del *jazz* (la guitarra eléctrica y el contrabajo) y del *gospel*” (Urteaga 1998:68)



De inicio, el *rock n roll* es un género que rompía con la estética musical predominante, además de que promovía géneros musicales que eran marginados debido al racismo contra los negros en la época. Aunado a esto, su nombre mismo provenía de una expresión provocativa, según Polimeni (2001:29): “Alan Freed, un disc jockey de notable olfato comercial, tomó el nombre de “rock n roll” (balancearse y girar) de una expresión de la jerga del *Rythm and blues* para denominar el acto sexual. *Rock and Roll* era una forma coloquial de decir “fornicar”.

Este nuevo género planteaba las bases para la conformación de un grupo social que cuestionaba las normas impuestas por las generaciones de sus padres, y ponía en duda la figura de la autoridad. Los jóvenes comenzaron a escuchar música que hablaba de temas que no se comentaban, además de que era el elemento perfecto para acompañar sus fiestas y reuniones.

Esta faceta se puede considerar como el primer acercamiento a lo que se entiende como la cultura de la música independiente en México, aunque tardaría varios años en consolidarse como se conoce hoy en día. A continuación, se presentan cuatro Espacios de Estados (Von Bertalanfy 1968, Lara Rosano 2018) por los que transitó el SCMI en México hasta la fecha:

I) Inicios del *Rock n Roll* en México: *Rock n Roll*, Primer Rock Comercial y Rudimentos del Rock (finales 50s-1971): etapa en la que los músicos comenzaron a asumirse como creadores y se apoyaron de la participación de la juventud para posicionarse.

II) Represión Institucional del Rock y de la música para jóvenes: Rock Marginal (Hoyos fonqui), variantes (Punk, Dark, etc.) y Rock Rupestre (1971-mediados 80s). En esta etapa las instituciones políticas prohibieron expresamente el rock y la cultura juvenil alternativa en México a raíz del evento de Avandaro Rock y Ruedas de 1971.

III) Aceptación Institucional del Rock: *Rock en tu Idioma*, Post Punk, Ska y Alternativo (mediados 80s-2000): etapa en la que abrieron las puertas para que entraran las *majors* trasnacionales al país, y en la que se establecen las bases para

la industria musical masiva. Se caracteriza también por la alta proliferación de músicos y agrupaciones debido a la popularización de esta profesión, la accesibilidad a algunos instrumentos y la fuerte inversión económica que hicieron las empresas de entretenimiento en este ámbito.

IV) Consolidación del Subsistema de Creadores de Música Independiente: uso de la internet como plataforma de soporte de proyectos musicales (1era fase: 2000-2010, 2da fase: 2010-2020)

Para fines de esta investigación, nos situaremos en el último Espacio de Estados para cumplir con los objetivos analíticos establecidos en un inicio.

### **3.3 Consolidación del SCMI (2000-2020)**

La industria musical en México se consolidó formalmente en la década de los 90s, cuando diversas empresas privadas trabajaron en sinergia para promover bandas que consideraban rentables y que habían encontrado un lugar en el gusto de las audiencias de jóvenes en la época. De esta manera, muchos de los músicos alternativos que habían comenzado su carrera durante este periodo de tiempo comenzaban a gozar de un lugar privilegiado dentro del sistema musical en cuanto a reconocimiento, fama y ganancias económicas.

La industria musical desde que surgió en los años 60s hasta la actualidad debe entenderse como un negocio que busca ganancias económicas aprovechando como materia prima a los creadores de música, sus obras y productos colaterales. Sin embargo, como ya se señaló anteriormente, muchos de los músicos mexicanos no siempre estuvieron de acuerdo con la cesión de sus derechos musicales e imagen a grandes empresas para llevar a cabo su actividad.

Es así como a la par del fortalecimiento de la industria musical mexicana, comienzan a desarrollarse diversos agentes y comunidades independientes a las dinámicas *mainstream* comerciales, quienes buscaban libertad creativa para desarrollar sus proyectos y que a su vez se convirtieron en los primeros elementos que conformaron el actual subsistema de creadores de música independiente.

Para complementar la información obtenida en bibliografía para construir este análisis, se entrevistó a seis músicos independientes, quienes comenzaron su carrera en la década de los 2000s en México. Se tomó en cuenta que estuvieran activos, es decir, que siguen produciendo música con diversos proyectos musicales y que estén consolidados en el SCMI gracias a las relaciones que han entablado con el resto de agente que la componen para gestionar y difundir sus productos musicales.

Los entrevistados fueron:

- Normand Luna: bajista y vocalista en diversas bandas como *Hummersqueal*, *Tormentaz*, *Serpyants*. Inició su carrera musical en la adolescencia y despuntó con la primera banda mencionada en el género *happy punk*, ha participado en diversos festivales de música y formó parte del *Colectivo Los Grisxs*.
- Taty Soberón: vocalista de la banda de *punk rock*, *gothic*, *Bloody Benders*, ha participado en diversos eventos nacionales e internacionales. Fue la creadora del famoso foro y bar *Gato Calavera*, el cual cerró a causa de la pandemia CoVid-19. Siempre ha tenido como meta apoyar a agrupaciones independientes y ofrecerles un lugar donde puedan presentarse libremente.
- Josué Guijosa “*Kill Aniston* “: vocalista y guitarrista de su proyecto personal con el mismo nombre, se ha mantenido vigente desde la década de los 2000s con una propuesta independiente. Siempre busca gestionar sus propios eventos e invitar a bandas de amigos para hacer giras nacionales en diversos estados de la República Mexicana.
- Carla Rivarola: multi-instrumentista que ha participado en proyectos propios de rock, punk, fusión, como *Iranti* y actualmente toca con su nombre. Gestiona sus proyectos de manera independiente y funge como su propia mánager, pues ella realiza los contactos con otros músicos y agentes del SCMI para presentarse y crear sus productos.
- Jaime Lozada: multi-instrumentista que inició su carrera con la banda de *rock indie Los Reyna*, con quienes participó en festivales y eventos de música en

México. Actualmente promueve de forma independiente su proyecto personal homónimo, y lo produce todo en su propio estudio de grabación y sala de ensayo *Mono Aural*.

- Aldo Camacho: guitarrista y vocalista de *Tungas* y su proyecto solista *Andrés Canalla*, también se ha presentado en diversos foros del SCMI. Tiene un gran reconocimiento entre la escena del *happy punk* mexicano. Él gestiona su proyecto de forma independiente y se apoya en gran parte en las Redes Sociales Digitales para difundirlo y recibir una retribución económica por su trabajo.

Para comenzar con este apartado, se desarrollará la descripción de la consolidación del SCMI, puntualizando primero los dos factores directos que incidieron que los músicos pudieran desarrollarse con mayor soltura: el auge de la Web 2.0 y los medios digitales en México y la consecuente transformación de la industria musical para poder llegar a una fase explicativa de la estructuración de las redes de creación musical forjadas por agentes independientes y su apoyo en los medios digitales como uno de los recursos que utilizan para promover su proyectos.

### **3.3.1 El auge de la Web 2.0 y los medios digitales en México**

Para comprender la consolidación del SCMI actual, es necesario revisar primero el contexto en el que las innovaciones tecnológicas facilitaron herramientas para que los músicos pudieran llevar a cabo su creatividad de manera independiente.

La internet se puede definir como una extensa red global de redes de computadoras interconectadas que soporta información de todo tipo, codificada en lenguaje de programación, organizada por protocolos informáticos, con servidores y bases de datos distribuidos en todo el mundo.

Sus orígenes datan desde antes de los años 50s con personajes tan importantes como Claude Shannon, Vannevar Bush y Ted Nelson, quienes desarrollaron algunas primeras ideas sobre la interconexión de computadoras para el intercambio de información, sin embargo es hasta los años 60s cuando Joseph C. R. Licklider, del Instituto de Tecnología de Massachussets (MIT), EU, financiado por la Agencia

de Investigación de Proyectos Avanzados (ARPA) que se desarrolla un primer ensayo de conexiones entre computadoras para uso militar (1963).

Desde entonces la idea se fue puliendo y perfeccionando, sin embargo, aún tenía serias limitaciones para el intercambio de información en redes, ya que solo funcionaba entre un número reducido de computadoras y con mensajes de ida desde un servidor central hacia el destinatario. Fue hasta que el inventor de la *World Wide Web* (www), Tim Berners Lee (1994), también del MIT, desarrolló tres ideas que modificarían la forma de utilizar la internet: el lenguaje HTML (HyperText Markup Language) para crear nuevas rutas y conexiones entre la información, el protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol) y el sistema de localización de objetos en la web URL (Uniform Resource Locator).

Este gran invento permitió que todas las personas que tuvieran la oportunidad de acceder a la internet pudieran compartir información con los servidores de manera recíproca, lo que significaba que las redes pasaron de ser de distribución centralizada a ser de distribución horizontal. Esto significaba que el usuario pasaba a tener un papel activo como generador de información para la red, lo que trajo consigo la creación del término Web 2.0 acuñado por Darcy DiNucci (1999).

A finales de los años 90s las plataformas en formato *Blog* tuvieron un gran auge en el resto del mundo, así como sitios para descargar contenido con derechos de autor de manera libre e "ilegal". El usuario tenía la posibilidad de crear y compartir productos originales con otros usuarios sin la necesidad de esperar a que una empresa productora de contenidos lo hiciera antes. De esta manera, el blog cobró un papel sustancial en el desarrollo de la vida social-cultural de esos años, sobre todo entre la comunidad de jóvenes en países desarrollados.

A México estas plataformas llegan de forma tardía a inicios de los años 2000's, cuando empiezan a surgir las primeras redes sociales digitales como *MySpace* (2003) y *Hi5* (2003). Parafraseando las palabras del músico Normand Luna, a quien se entrevistó para este trabajo, el desarrollo de la música durante la primera década de consolidación del SMCI se dio en gran medida al apoyo que los músicos

independientes comenzaron a promover sus proyectos de manera personal utilizando las herramientas digitales como *MySpace*, los blogs y el correo electrónico para lograr que conseguir más oyentes y fans de su proyecto.

Más adelante se retomará este punto, pero, por el momento, sirve para dimensionar la manera en la que el auge de los medios digitales y la Web 2.0 se convirtió en el primer factor para la consolidación del SCMI actual. Las prácticas de los artistas creadores de música independiente se fueron desarrollando con mayor facilidad gracias a estas herramientas, las cuales, a su vez, fueron evolucionando hasta convertirse en los medios que conocemos hoy en día como facilitadores de la comunicación entre los integrantes del subsistema, los cuales se revisarán con mayor detenimiento más adelante.

### **3.3.2 Crisis y transformación de la industria musical**

El desarrollo de la industria musical en México se puede dividir en tres grandes etapas previo a su crisis y transformación en los años 2000s, que consideran 1) la música producida por las radiodifusoras en los años 40s, 2) posteriormente la participación de empresas de televisión en los 60s y 70s, 3) y, por último la entrada de las empresas transnacionales al país y su amplia cobertura de productos relacionados con la música.

Durante las tres etapas mencionadas, las empresas que se dedicaban a producir y distribuir productos musicales tenían un buen alcance y grandes ganancias económicas debido a que su control del mercado era extenso. Para poder adquirir música, los consumidores tenían que adquirir productos “originales” al costo que la industria definiera y en las condiciones de consumo establecidas: tiendas de música reconocidas.

A la par de la comercialización de música por parte de la industria, también surgieron dinámicas emergentes para socializar los productos, creadas por los consumidores, quienes preferían adquirir los productos por bajo costo entre sus amigos y mercados no formales mediante la proliferación de la “piratería” traducida, primero, en venta o intercambio de *casetes* en espacios culturales como el ya mencionado Tianguis

Cultural del Chopo, y, posteriormente, la venta de *CDs*, copiados de forma casera o por pequeños comerciantes quienes, a diferencia de las grandes *majors* habían comprendido de forma empírica que las condiciones económicas del país orientaban a los consumidores a adquirir los productos a bajos costos.

Este intercambio y venta de productos no originales fue una práctica que se acrecentó con la llegada de la Web 2.0, los programas de intercambio de archivos *peer to peer* (P2P) y las nubes para subida y descarga de archivos soportadas en la red. *Napster* (1999) desarrollado por un par de amigos, Sean Parker y Shawn Fannig, es el primer programa para intercambio de música entre los usuarios de la red. Básicamente, el programa permitía la búsqueda y ubicación de archivos musicales en las computadoras de sus usuarios conectados a dicha red, para que la persona pudiera descargarlo de forma gratuita solo con convenio implícito de que el repositorio donde se ubicaba el archivo pudiera servir como un nodo más de la red que soportara dicho archivo en caso de que alguien más lo solicitara.

El caso de *Napster* fue muy conocido ya que, ante su novedosa existencia y la innovadora dinámica de intercambio de música sin la necesidad de pagar, las grandes empresas impusieron demandas bajo la consigna de proteger los derechos de autor de los músicos y productores que habían trabajado en la elaboración de los productos, lo que fue muy sonado a nivel mediático pues sus creadores eran considerados criminales por promover el consumo “ilegal” de la música. Las empresas ganaron la demanda en 2001, y *Napster* tuvo que detener sus operaciones y pagar millones de dólares como compensación a los artistas y sus disqueras.

Como los usuarios a favor de *Napster* habían augurado, su cierre solo provocó que las personas migraran a otras plataformas de intercambio P2P: *Ares Galaxy* (2002), *Audiogalaxy* (2002), *Gnutella* (2001), *Kazaa* (2001), *Emule* (2002), *LimeWire* (2000) y *eDonkey2000* (2000).

Esta proliferación de plataformas coincidió con la invención del primer aparato creado para almacenar en una memoria interna y reproducir música en cualquier

lugar: el *ipod* de Apple inc. y también con el desarrollo de los dispositivos reproductores de mp3, y posteriormente los celulares que también permitían dicha función. También, como respuesta a esta situación, surgió la primera plataforma oficial para descarga legal y pagada de música: *itunes*, también de Apple inc., con el fin de recuperar ganancias para las *majors*.

Para los músicos independientes, estos dos desarrollos (los P2P y los reproductores mp3) significaron una gran oportunidad para poder intercambiar y promover sus productos con su público sin la necesidad de recurrir a intermediarios, lo que aligeraba los costos de distribución y ampliaba su alcance de un territorio local a, por lo menos, territorio nacional.

Esta crisis que vivió la industria musical comercial durante la década de los 2000s promovió su eventual transformación y decantación hacia nuevas formas de distribución de la música. Las empresas tuvieron que adaptarse a las nuevas formas de consumo de los usuarios para subsistir. Durante este trayecto, los creadores de música independiente fueron los más beneficiados, debido a que las nuevas herramientas digitales que les permitieron dar salida a su música por medios propios fue la clave para que pudieran conseguir sus propias audiencias y también obtener ganancias directas de su trabajo. De esta manera, el trabajo del músico se comenzó a adaptar al desarrollo de nuevas habilidades para vivir de su profesión.

Después de tomar en cuenta las dos condiciones desarrolladas sobre el auge de los medios digitales y las transformaciones en la industria musical, se puede dar paso al apartado central de este proyecto: la descripción de la estructura del Subsistema de Creadores de Música Independiente comprendido como un sistema autopoietico que ha sabido adaptarse a los cambios que se han presentado en su entorno y las irritaciones que generan los macrosistemas descritos en el capítulo anterior.



### 3.3.3 Estructura del Subsistema de Creadores de Música Independiente

La década de los 2000s significó el primer acercamiento de los creadores de música independiente a los medios digitales y también a una mayor libertad de poder relacionarse con distintos medios, productores, artistas, managers, disqueras y sus audiencias, sin tener que formar parte de una *major*.

Desde la experiencia de Norman Luna, bajista de *Hummersqueal*, *Tormentaz* y *Serpyants*, durante dicha década, muchas bandas comenzaron a tejer sus propias redes de relaciones debido a que podían establecer contacto con músicos y foros que se encontraban lejos gracias al uso de recursos digitales como el correo electrónico y los inicios de las redes sociales, en específico *MySpace*.

En ese momento aún se estaba presentando una fase de transición del modelo analógico a lo digital. “Era un momento en el que todavía teníamos que salir a la calle y tocar puertas. En ese entonces todavía te recibía la persona en las disqueras para escuchar tu música. Los “A.I.R” de las grandes disqueras aún se dedicaban a buscar propuestas nuevas para producir e invertir.” de esta manera lo narra *Jaime Lozada*, compositor y guitarrista de *Los Reyna* y dueño del estudio *Mono Aural*, también entrevistado para este trabajo.

Esta hibridación de prácticas, por un lado apoyadas en recursos digitales y por el otro siempre sustentadas en presentaciones físicas, es lo que ha caracterizado al subsistema de creadores de música independiente hasta la fecha. Probablemente, la tendencia continúe un poco más cargada hacia el aprovechamiento de las plataformas digitales como soportes para relacionarse y presentarse a distancia a futuro.

Para comenzar a hacer una descripción de la estructura del SCMI primero hay que tener bien claro, como ya se revisó con anterioridad, que su característica esencial es que su estructura es transitoria y nunca ha estado bien definida, lo que le permite adaptarse a su entorno y dar respuestas novedosas a cada momento. Las redes de relaciones y las dinámicas de operación de los músicos independientes y sus colaboradores se encuentran en perpetuo y fugaz cambio, lo que lleva a comprender

que más que una descripción acabada, lo que se pretende lograr con este trabajo es una instantánea del momento actual de la situación. Seguramente, lo que será una realidad en este momento, en un par de años, se habrá transformado por completo.

Para realizar esta descripción se retomaron dos tipos de fuentes, por un lado , el trabajo de académicos e investigadores que han abordado el tema como Julián Woodside, Cristian Torres Ozuna, Maritza Urteaga, María del Carmen De la Peza Hernández, entre otros más, y por otro se llevaron a cabo una serie de entrevistas con músicos independientes activos en la escena musical, quienes han descrito su trayectoria, estrategias y relaciones para poder afinar la descripción del SCMI del presente proyecto, que se presenta a continuación.

### **3.3.3.1 Agentes sociales integrantes del SCMI**

Dentro del subsistema de creadores de música independiente existen diversos tipos de actores o agentes sociales que establecen relaciones entre sí para generar sus productos culturales. Son personas que dedican su vida y tiempo a la música y fungen como nodos dentro de una red descentralizada que día con día busca nuevas formas de creación y estrategias para difundir sus productos a partir de los cambios en las innovaciones tecnológicas y el comportamiento de sus públicos.

A continuación, se describen las categorías de agentes sociales que se definieron en este proyecto a partir de la investigación:

#### **Músicos independientes**

Como ya se describió anteriormente, un músico independiente se caracteriza por gestionar económica, creativa y estratégicamente su proyecto musical sin que exista alguna disquera *major* que le imponga límites para su música. Los músicos independientes se encargan de generar y administrar sus relaciones con otros agentes del subsistema de creadores de música independiente con el fin último de promover sus productos y continuar desarrollando su arte. A partir de una serie de entrevistas que se practicaron a músicos independientes se pueden definir las siguientes motivaciones que dirigen sus acciones y trayectoria como artistas.

i) Forma de vida:

Los músicos entienden que su profesión es una forma de vida que implica ciertos retos y experiencias que deben pasar para llegar a ello. *Carla Rivarola*, cantautora y guitarrista de su proyecto solista, quien fue entrevistada para esta investigación en septiembre de 2020, comenta: “desde que me decidí a ser músico yo ya sabía que me iba a enfrentar a una realidad difícil llena de obstáculos y que sería una vida difícil, sin embargo, esto es lo que quería hacer”.

Los músicos independientes entienden que este arte los define como parte de un grupo más grande de personas que se dedican a lo mismo y gran parte de sus esfuerzos los orientan hacia el desarrollo de su carrera musical. No significa, por tanto, un “*hobbie*” o un “pasatiempo”, sino una forma de ser y llevar a cabo su proyecto de vida.

Muchos músicos tienen sus primeros acercamientos a esta forma de vida a partir de la educación en casa, ya que sus padres también son músicos, otros tantos tienen una inquietud por este arte desde sus primeros años de vida y tienen acceso a instrumentos amateur gracias a sus padres o familiares, y otras veces son amigos, durante la etapa de la adolescencia quienes los acercan a esta actividad. Pueden presentarse situaciones en las que los músicos pudieron recibir una educación musical desde la infancia, otros más la combinaron a la par de sus estudios básicos y, de ellos, algunos lo estudiaron de manera institucional en una escuela de música.

Las relaciones que establece la persona en sus primeros círculos sociales son fundamentales para que se fomente el interés por la música y se comiencen a dar los primeros pasos formales o informales dentro de esta actividad.

ii) Reconocimiento social:

Las implicaciones sociales que acompañan la profesión de músico son muchas y muy variadas. Pese a que el arte es escasamente valorado en el país, como ya se abordó en el capítulo dos de este proyecto, los artistas reciben una valoración especial frente al resto de las personas.

Según el análisis de quien escribe puede deberse a dos razones: la primera es la cultura que ha definido a los artistas como personas con características diferentes o peculiares, que pueden realizar una actividad específica que otros no y además les permite expresarse en un lenguaje que solo ellos dominan, por tanto, un músico es “diferente” del resto de personas; la segunda razón es por la imagen que se ha construido de los músicos a través de los medios de comunicación colectiva, en los que se les presenta como personas libres y famosas, quienes pueden hacer y expresar lo que quieran sin censura alguna, por tanto, se definen como figuras sociales a seguir, quizá este tema vale más cuando se refiere a músicos extranjeros que nacionales.

Por tanto, existen características concretas que las personas esperan encontrar en los músicos independientes, lo cual los dota de un valor simbólico que los empodera frente a los demás agentes. De aquí que muchos músicos continúen su actividad durante toda su vida, ya que es una moneda de cambio simbólica para establecer relaciones de amistad, amorosas y colaborativas.

iii) Fuente de ingresos:

Esta actividad no solo les deja capital simbólico a los músicos independientes, sino que también es una fuente de ingresos para subsistir. Aunque las ganancias sean pocas o muchas, lo cierto es que muchos músicos ven su profesión como su única fuente de ingresos, de donde pagan la renta de su vivienda y sus gastos diarios. Tal es el caso de Aldo Camacho, vocalista de *Tungas* y cantautor en *Andrés Canalla*, entrevistado para este trabajo en septiembre de 2020, quien menciona: “cuando salí de la carrera, me di cuenta de que los trabajos que había de mi profesión estaban mal pagados, por lo que tomé la decisión de dedicarme de lleno a la música. Empecé a ver mi proyecto como la actividad a la que me dedicaría de tiempo completo, [...] las ganancias de Spotify no son muchas, pero de ahí pago la renta completa de mi departamento.”

Otro gran porcentaje de músicos también ven a la música como una fuente de ingresos, pero la combinan con otra actividad dentro y fuera del área de la música. Como afirma Woodside, Jiménez y Urteaga:

Es frecuente, por no decir necesario, que el músico se encuentre involucrado en más de dos actividades secundarias. [...] El músico como creativo no vive de un solo proyecto y se ha formado un carácter en el que las fronteras de su quehacer se van diluyendo cada vez más, como apunta Howe: en las horas que pasé con los músicos y sus fans, me di cuenta que muy pocos se definían como músicos, artistas o cualquier otra etiqueta. Los cantantes publicaban libros de poesía, los bateristas eran directores de video en gestación, los roadies doblaban como productores de discos' (Howe 2008: 4-5 en Woodside, Jiménez y Urteaga 2011:109).

De esta manera, los músicos llevan actividades alternas a su proyecto musical: algunos se dedican a desempeñarse como profesionistas de otras áreas muy variadas, mientras que otros han encontrado dinámicas dentro de la música, todo con el fin de seguir desempeñándose como músicos y para financiar sus proyectos.

iv) Medio de expresión:

La última motivación que se considera relevante es la que concierne a su necesidad de creación y expresión como artistas. Los músicos sienten una necesidad interna de expresar sus ideas quizá a manera de catarsis o como una forma de afirmar y reafirmar su existencia. Muy semejante a lo que buscaban las personas cavernarias con las pinturas rupestres, con sus obras, los músicos persiguen dejar un objeto o una hazaña que los lleve a ser recordados en el futuro y dejar una prueba verificable de su existencia en el tiempo.

En el SCMI existen diferentes tipos de músicos independientes y proyectos, que se diferencian por dos variables, su objetivo y el género musical al que pertenecen. En el aspecto de los objetivos se pueden definir tres tipos de perfiles: 1) los músicos de estudio, que prefieren componer y grabar música sin presentaciones en vivo, 2) los músicos independientes de sesión, que son contratados para tocar con músicos comerciales de la industria en conciertos y en estudio, 3) y, por último, los músicos

completos, que buscan que su proyecto se presente en vivo además de grabar sus canciones en estudio.

Esta esquematización es para comprender que existen diferentes objetivos que persigue un músico, sin embargo, no son límites estrictamente marcados, es decir, existen muchos casos en los que el músico independiente cuenta con tres o más proyectos que se articulan de diferente manera y que son diferentes unos de otros, como el músico saxofonista *Jonathan Arellano*, quien cumple con los tres perfiles: tiene un proyecto de estudio personal en el que compone y graba sus canciones llamado *Jonathan Arellano Project*, una banda con la que se presenta y graba discos llamada *URSS Bajo el Árbol*, y actualmente es saxofonista de sesión del músico Caloncho.

La otra variable que diferencia a los músicos y sus proyectos es el género que tocan. Como ya se mencionó antes, la música independiente no está sujeta a un solo género musical, el carácter de independiente surge de las relaciones que establece el músico con otros agentes del SCMI. Los géneros que abarca son el rock, pop, folk, metal, punk, electro, tropical, experimental, reggaetón, surf, ska y otros. Las diferencias entre músicos que tocan géneros distintos radican principalmente en su personalidad y esto a su vez influye en su forma de relacionarse con otros actores y por lo tanto en las comunidades que se crean.

La situación es similar que en la variable anterior: un músico puede participar en proyectos con géneros distintos, pero casi siempre van a estar relacionados con sus gustos e intereses. A su vez, los músicos de géneros diferentes conviven y comparten espacios en común, como también cuentan con comunidades y sitios especializados: como foros, disqueras, productores y festivales, por ejemplo.

Por último, de acuerdo con las entrevistas y el trabajo en campo que se realizó para este proyecto, se encontraron características concretas que definen a los músicos independientes desde su propia visión:

- **Resiliencia:** El músico independiente debe tener la capacidad de afrontar las dificultades del entorno y buscar nuevas rutas de acción para sobreponerse a los fracasos.
- **Adaptabilidad:** Debe existir una gran capacidad de adaptarse a los cambios vertiginosos que vive la producción cultural y la innovación tecnológica en México, los procesos para creación musical que hace 3 años parecían los correctos, hoy se han modificado en gran medida, por lo que el músico debe ser sensible y maleable ante estas transformaciones.
- **Disciplina:** La mayoría de los músicos entrevistados afirmó que la constancia y perseverancia son factores clave para que los proyectos musicales sigan desarrollándose por un largo tiempo.
- **Dedicación:** Ya sea que la educación musical sea formal o informal, los músicos afirmaron que la práctica y estudio de la profesión y la técnica son importantes para mejorar la calidad de los productos.
- **Autocrítica:** De la mano con el punto anterior, el músico debe ser capaz de notar los aciertos y errores de su proyecto para poder ajustarlo y mejorar su técnica y ejecución.
- **Trabajo colaborativo:** El músico independiente debe tener la capacidad para relacionarse con más creadores ya que, aunque se puede componer música en solitario, si se busca que el proyecto sea conocido por más personas, la capacidad para trabajar en conjunto con otros agentes es fundamental.
- **Creatividad:** Al enfrentarse a condiciones tan desfavorables, los músicos deben pensar en soluciones creativas para promover su proyecto, trabajar su concepto e imagen personal, su ejecución en vivo y los productos físicos que rodean su música, como la mercancía y producción audiovisual.

Los músicos independientes mexicanos han desarrollado estas características que los ayudan a seguir produciendo su música de frente a las condiciones críticas de la producción cultural en el país, las cuales han servido para fomentar el desarrollo de nuevas habilidades que están relacionadas con el avance de la tecnología a nivel global.

## **Desarrollo de nuevas habilidades**

Los artistas en general, y en particular los músicos independientes, están vinculados activamente a las transformaciones globales que se dan en el ámbito de la innovación tecnológica y el desarrollo de nuevas habilidades profesionales que se establecen a partir de las necesidades actuales de la sociedad, lo que, en una visión abarcativa, incluso ha llevado a la creación de nuevas profesiones.

A partir del desarrollo de diversos recursos tecnológicos, muchos de ellos soportados en la internet, como las plataformas para la socialización digital, el soporte de archivos en la nube, el comercio en línea, el fácil acceso a programas computarizados de edición, el abaratamiento de herramientas tecnológicas de calidad standard, el acceso a educación e información musical por internet, los canales para montar blogs propios en línea y plataformas de streaming pagado, entre otras innovaciones, los músicos pudieron especializarse y abarcar áreas que antes le concernían a un número reducido de personas.

“Antes tenías que ir a tocar puertas con tu música para ver si alguien te hacía caso. Buscabas a los productores de las disqueras, les enseñabas tu música y ellos decidían si invertían en ti o no. Ahora es muy diferente, un músico puede componer, grabar y subir su música para que lo escuchen en todo el mundo sin recurrir a intermediarios.” comentó Jaime Lozada en la entrevista que se le realizó para esta investigación en septiembre de 2020. En este sentido, los músicos que antes se dedicaban en su mayoría a componer y buscar espacios donde los grabaran, un productor que invirtiera dinero en el proyecto y agencias de medios para darle difusión; ahora puede realizar esas actividades de manera personal.

A continuación, se enlistan algunas habilidades novedosas que han tenido que desarrollar los músicos para adaptarse a la actualidad:

- Operación de recursos de grabación de audio:

Actualmente, hacerse de un dispositivo que grabe audio es fácil, los celulares, las tabletas y las computadoras ya cuentan con micrófonos internos para poder registrar sonido, además, existen fabricantes que producen consolas de audio e interfaces a



precios relativamente baratos, con calidad promedio y de tamaño reducido. Se pueden montar estudios caseros con bajo presupuesto y grabar sus canciones ellos mismos, lo que exige ciertos conocimientos básicos sobre sonorización del espacio, captación de audio y operación técnica de los aparatos.

- Operación de recursos de grabación de imagen:

A la par de las herramientas para captación sonora, los dispositivos ya mencionados también cuentan con cámaras que permiten tomar fotografías y registrar video. Los músicos, muchas veces de forma intuitiva, han podido acercarse a conocimientos básicos de iluminación, composición de imagen y planeación audiovisual, lo que los ayuda a poder obtener productos visuales que complementan sus proyectos por su cuenta.

- Operación de programas de edición de audio e imagen:

Ahora es común el acceso a programas de edición de audio e imagen, los hay desde apps gratuitas para dispositivos móviles, hasta programas para computadora de software libre, pagado y hasta “crackeados”. Los músicos han aprendido a utilizar estos programas para producir su música y productos audiovisuales desde su casa.

- Administración y gestión de plataformas digitales:

De manera intuitiva, muchos músicos gestionan sus plataformas digitales, como páginas web, canales de Youtube, redes sociales como Instagram y Facebook, entre otras. para difundir sus proyectos musicales. Josué Guijosa, mejor conocido por el nombre de su proyecto *Kill Aniston*, comenta que, a través de sus redes sociales, puede preguntar a su público sus preferencias por algún producto concreto, los horarios en los que tienen tiempo para escuchar sus canciones, promover la mercancía de su proyecto y anunciar las fechas de sus presentaciones. Los músicos han aprendido a ocupar estos recursos a su favor para tener contacto con sus audiencias.

- Trabajo colaborativo a distancia:

Gracias a las plataformas que permiten el intercambio de archivos a través de plataformas de almacenamiento en la “nube”, los músicos han aprendido a colaborar con otros músicos a veces sin verse. Más adelante se retomará este tema.

- Protección legal de su trabajo:

Frente a las innovaciones para compartir música en línea, los músicos también han tenido que instruirse sobre el derecho de la propiedad intelectual para proteger sus creaciones y cobrar regalías de su trabajo.

Para finalizar con esta descripción de nuevas habilidades, se puede afirmar que los músicos independientes de la actualidad se han convertido en lo que Alvin Toffler y otros autores han denominado como *prosumers*, consumidores y productores activos, que buscan sus propios recursos e inventan nuevas dinámicas para continuar desarrollando sus proyectos apoyados en las ventajas que ofrece la internet en consonancia con el fácil y veloz capacidad que tiene para el intercambio de mensajes de forma global (Gallardo 2017).

Asimismo, cabe aclarar que los músicos independientes aprovechan estos recursos para valerse por sí mismos y desarrollar sus proyectos, pero a su vez, se relacionan con otros agentes sociales del SCMI para promoverse. Como se pudo verificar en las entrevistas, los músicos independientes son conscientes de que necesitan relacionarse con más personas, sobre todo especialistas en áreas como el diseño, las artes, la producción sonora y medios de comunicación colectiva para hacer que su proyecto crezca y llegue a más audiencias.

### **Otros agentes del SCMI**

Dentro del subsistema de creadores de música independiente, a la par de los músicos, también se encuentran diversos agentes sociales que participan en las dinámicas de creación con motivaciones propias, muchas veces sustentadas en la intención de promover la cultura y sus productos, y también como parte de su estilo de vida y fuente de recursos económicos. A continuación, se enlistan los participantes categorizados por su papel o rol en el SCMI en orden del proceso de creación musical:

#### **1. Escuelas de música**

Las escuelas de música y los docentes son parte fundamental para que los músicos independientes se instruyan en cuanto a teoría y técnica para crear nuevos

productos de calidad. Se pueden tomar como agentes clave para impulsar la generación de nuevos músicos que continúen enriqueciendo la escena.

Aunque ya se habló de que en el sector público solo existen tres grandes instituciones: la Escuela Nacional de Música, el Conservatorio Nacional de Música y la Escuela Superior de Música y tres grandes escuelas privadas con altos costos de colegiatura, como la G Martell, Fermatta o Academia Musical Yamaha, también se deben mencionar los esfuerzos de personas que han tenido una iniciativa en la educación musical y que han abierto escuelas de música de corte más local, quienes en su mayoría también son o fueron músicos independientes y conocen las habilidades que deberán desarrollar sus estudiantes en su futura trayectoria.

## 2. Salas de Ensayo

Las salas de ensayo son espacios en los que los músicos pueden practicar a cambio de una renta por hora. Estos espacios ofrecen cuartos adaptados con material aislante sonoro y aire acondicionado, equipo como amplificadores y micrófonos y a veces, hasta servicio de catering. Generalmente se ubican dentro de espacios con otro giro comercial, como en escuelas de música, tiendas de instrumentos y estudios de grabación. Los costos giran entre los \$100.- a \$250.- por hora y en ocasiones, por un costo extra, ofrecen servicio de grabación de audio y video del ensayo o sesiones en vivo (*Live Sessions*).

## 3. Estudios de Grabación

Los estudios de grabación son lugares que ofrecen el servicio de grabación de audio, mezcla y masterización de los productos musicales que generan los músicos independientes. El equipamiento es muy variado, pueden utilizar desde salas especialmente construidas para fungir como cabinas de grabación hasta cuartos de departamentos acondicionados para este propósito. Los costos de sus productos son en extremo variados, aunque en promedio el costo por canción está en \$3,500.- sin embargo se puede elevar más dependiendo del renombre que tenga la persona que graba, el número de cortes y correcciones de las pistas, el tiempo extra.

Los costos también dependen del equipo musical con el que cuentan, la calidad de sus productos, el prestigio que ganan cuando ya han grabado artistas reconocidos y la ubicación de la ciudad en la que se encuentran. La cantidad de estudios que existen en la Ciudad de México es numerosa, sin embargo, son pocos los espacios que tienen una mayor afluencia de clientes por su fama en el momento, entre los que se pueden contar La Bestia Records, Estudios Noviembre, Pedro y El Lobo, entre otros.

Dentro de sus servicios, muchos estudios no solo ofrecen grabaciones musicales, sino que además hacen grabaciones para spots publicitarios, doblaje, audio para cine y diseño sonoro, lo que les permite complementar sus ingresos económicos al mes.

Los estudios sirven como nodos de concentración de relaciones, ya que los músicos independientes pueden utilizar el espacio para vincularse con músicos que ya hayan grabado en el estudio, además de que adquieren el reconocimiento de tener música producida en un estudio con cierta aprobación dentro del SCMI.

#### 4. Disqueras

De la mano de los estudios de grabación, están las disqueras, las cuales cada vez son menos en la ciudad debido a que las nuevas dinámicas han diluido su importancia. Una disquera se encarga de distribuir los discos o sencillos de los músicos a través de ciertos canales comerciales que ya tiene concretados, lo que incluye tiendas de música, foros y medios de comunicación. La firma de contrato con una disquera implica que un porcentaje de ganancia de la venta de los discos sea para esta distribuidora a cambio de la difusión del proyecto musical.

Las disqueras siguen existiendo, sin embargo, ahora sus servicios han sido reemplazados por plataformas de distribución digital como *CD Baby*, *Tunecore* o *Distrokid*, las cuales básicamente se encargan de hacer que los productos de los músicos independientes se encuentren en las principales plataformas de streaming, pero sin garantizar campañas de promoción como lo hacen o hacían las disqueras físicas.

## 5. Productores

Los productores musicales son agentes que ayudan a producir el concepto y productos de los músicos independientes. Generalmente son músicos que ya tienen una cierta trayectoria profesional dentro del SCMI y por lo tanto cuentan con una visión más amplia de los productos que se consumen y la manera en que se consumen. La mayoría de las veces, la relación que tienen los músicos con productores es mediante una contratación para la realización de un producto concreto, como la grabación de un disco, un sencillo o un evento.

Los productores concentran un gran número de relaciones con otros productores, dueños de foros y organizadores de eventos. por lo que ofrecen el tratamiento de los proyectos musicales y oportunidades para generar contactos con más personas. En ocasiones son los productores quienes se vinculan con ciertos proyectos musicales porque les llama la atención el proyecto y ven una posible ganancia económica o social que resulte de producirlo.

Músicos con gran trayectoria artística y que se encuentran consolidados en la industria musical, como Joselo Rangel de *Café Tacuba* o Roy Cañedo de *Thermo*, ahora se dedican a vivir de producir bandas independientes, lo que resulta un trato beneficioso tanto para él como para las agrupaciones porque intercambian dinero por reconocimiento y prestigio social.

## 6. Artistas visuales y diseñadores

En el SCMI es muy común la participación de artistas visuales y diseñadores gráficos que se relacionan con los músicos independientes para hacer colaboraciones artísticas de todo tipo: desde la ilustración o fotografía para sus productos, logos y discos, por ejemplo, hasta la creación de piezas artísticas como *mapping* y *performance* para sus presentaciones en vivo.

Aunque la relación puede ser de carácter económico, en su mayoría los músicos los artistas visuales y diseñadores colaboran con los músicos porque tienen un gusto mutuo por sus proyectos o son amigos. La relación que se establece es simbiótica, ya que ambas partes intercambian la difusión de sus productos.

## 7. *Productoras audiovisuales*

Las productoras audiovisuales han cobrado una gran relevancia para el ámbito de la música independiente ya que el formato de video ahora es muy empleado para distribuir música en plataformas digitales. Existen muchas productoras audiovisuales que se dedican a la creación de videoclips, sesiones en vivo y videos de presentaciones en foros.

Existen productoras especializadas para cada género musical y, al igual que los estudios de grabación, tienden a diversificar sus servicios hacia el área de la publicidad y el cine. Durante la década de los 80s y 90s, era común que el prestigio del director de los videoclips correspondiera con el éxito de la banda, y en la industria musical comercial sigue siendo equivalente, sin embargo, en el SCMI más allá de la fama del director los músicos contratan productoras o videastas específicos por la calidad de su trabajo y su línea visual.

## 8. Managers

Los *managers* son personas que se dedican a buscar oportunidades de negocios para las bandas con foros, festivales y empresas. Existen *managers* que son amigos de los músicos con buenas habilidades de comunicación y otras veces son personas contratadas que se especializan en este aspecto.

La figura del *mánager* es una herencia de las prácticas de la industria musical comercial y su rol de enlace entre los músicos y sus contratantes sigue siendo muy similar. El costo de los *managers* varía dependiendo de los músicos a los que ha representado y su eficiencia para promover los proyectos musicales.

## 9. Agencias de Booking

Las agencias de *booking* son empresas que tienen como función la promoción de las bandas en medios de comunicación. Ofrecen servicios de fotografía (creación de book), elaboración de *press kit* y contacto con medios de comunicación para entrevistas. Las agencias ya tienen formadas sus relaciones con espacios de

difusión como periódicos, revistas, estaciones de radio AM, FM, por internet, y canales de televisión.

Algunos músicos independientes optan por contratar un servicio de *booking* cuando quieren potenciar la difusión de su proyecto y formalizar su imagen pública. Estos músicos, por lo general, ya tienen una trayectoria más o menos formada en el SCMI, con un concepto, productos musicales terminados y un público ya consolidado.

#### 10. Foros

Los foros son espacios para que los músicos presenten en vivo sus proyectos ante su público. Como ya se mencionó antes, muchos de ellos pertenecen a músicos o exmúsicos consolidados que han implementado un negocio para tener una fuente de ingresos, pero también existen otros que han sido creados como espacios para la difusión de la cultura y la recreación de las personas.

Generalmente estos espacios se crean en bares, cafés, restaurantes, así como también casas de cultura y foros de mayor tamaño, incluso pueden formar parte de festivales musicales que se organizan en terrenos vacíos. Funcionan como espacios de contacto para los músicos, lugares donde pueden vincularse con más personas como artistas, productores y público, por ejemplo.

#### 11. Micro y pequeñas empresas locales

Las micro y pequeñas empresas locales son iniciativas de personas que crean productos y servicios para comercializarlos de manera local y obtener un ingreso económico. Existen diferentes tipos de empresas locales que se encuentran involucradas con el SCMI debido a que lo que ofrecen se encuentran directa o indirectamente relacionados con el ámbito de la música, por ejemplo: estudios de tatuaje, diseñadores de ropa, cerveceras artesanales, restaurantes, etc.

Estas empresas encuentran en los músicos independientes una forma de difusión de sus productos mediante patrocinios a las bandas u obsequios de sus productos para que los músicos los utilicen en presentaciones y promuevan entre sus seguidores.

## 12. Gestores de eventos “Caimanes”

Los “Caimanes” son personas dedicadas a buscar agrupaciones musicales para organizar eventos a cambio de un cobro en efectivo, o a través de la venta de boletos, con el que pagan la renta de un foro y obtienen su salario. Se les conoce como “Caimanes” dentro del SCMI porque los músicos consideran que solo están cazando la oportunidad para obtener su beneficio económico a costa de las bandas, a quienes, generalmente, ofrecen tratos desfavorables en los que el único beneficio que obtienen es presentarse en un espacio reconocido o ser “teloneros” de alguna agrupación popular.

## 13. Medios de comunicación colectiva

Los medios de comunicación colectiva involucrados con el SCMI son empresas dedicadas a la difusión de la música independiente, conciertos, entrevistas y presentaciones de proyectos. Se pueden encontrar medios como la radio, revistas impresas y digitales, sitios web, blogs, videoblogs, podcast entre otros.

Cabe puntualizar que estos medios no solo se dedican a tratar temas sobre la música independiente mexicana, pues también le dedican espacio a música internacional, la cual, en ocasiones, se prioriza sobre la nacional.

## 14. Público

Pese a que no forma parte directamente en el proceso de creación musical, las personas que son el público o consumidores completan el ciclo al momento de darle un uso a los productos generados por los músicos independientes. Cabe destacar aquí que muchos de los esfuerzos de los creadores de música independiente están orientados hacia sus consumidores finales, quienes califican la calidad del producto e incluso en ocasiones nutren con nuevas ideas a los artistas para que continúen produciendo.

Hasta aquí se concluye el listado de agentes que participan de manera directa en las dinámicas de creación musical de los músicos independientes en la Ciudad de México. Dentro de estas categorías de actores sociales se puede ubicar a los



individuos que participan como nodos dentro de las redes del SCMI, quienes con sus acciones y de acuerdo con sus objetivos han logrado generar una estructura autopoiética que se mantiene a sí misma y se adapta frente a las perturbaciones del entorno. Esta categorización, siguiendo la metodología de Sistemas Complejos, abre el siguiente apartado sobre las dinámicas que llevan a cabo los creadores de música independiente de manera reiterativa.

### **3.3.3.2 Redes y dinámicas de creación musical**

Dentro del subsistema de creadores de música independiente se llevan a cabo distintas dinámicas que ayudan a que se siga reproduciendo en el tiempo. Como propósito central, los creadores de música independiente tienen la meta de crear música continuamente, inventar nuevas formas de difundir su proyecto, disfrutar su actividad y por supuesto, recibir una remuneración tanto económica como social para continuar creando.

Los CMI, en este sentido, entablan relaciones con los agentes mencionados en el apartado anterior y generan diversos tipos de redes y dinámicas para continuar realizando su actividad. A continuación, se desarrolla puntualmente este tema:

#### **Redes de creación musical**

Desde el análisis de redes sociales, en el subsistema de creadores de música independiente se pueden esquematizar dos tipologías de red concretas: la red descentralizada y la red distribuida dependiendo de las acciones se propongan llevar a cabo los agentes sociales.

**Red descentralizada:** En términos generales se puede comprender que los creadores de música independiente acuden a ciertos nodos centrales o *hubs* para conseguir productos o servicios concretos, los cuales no solo concentran un gran número de relaciones, sino que además poseen gran reconocimiento dentro del sistema y prestigio, como pueden ser estudios de grabación que trabajan con músicos consolidados, medios de comunicación de renombre o foros con una amplia trayectoria. La red que se genera se puede considerar descentralizada, porque para operar (crear productos musicales y difundir su proyecto) los agentes

deben acudir a nodos específicos para tener mayores posibilidades de conseguir un mayor público, reconocimiento y retribución económica.

**Red distribuida:** Sin embargo, a la par del desarrollo de la red anterior, entre los creadores de música independiente se ha generado una red distribuida en la que los agentes sociales tienen una misma libertad y oportunidades para crear sus productos y difundirlos entre pares, sin la necesidad de acudir a nodos centrales. De esta manera, los músicos pueden ponerse en contacto con otros agentes del SCMI, incluso en todo el mundo, y también pueden proponer nuevas dinámicas o espacios para llevar a cabo sus actividades lo que a su vez genera lo descrito anteriormente como su característica esencial del SCMI: la autopoiesis.

Estas redes a su vez se componen por relaciones de distinto tipo que generan los creadores con otros creadores para cumplir con el propósito de crear sus productos y a su vez asegurar su existencia en el SCMI. A continuación, se enlistan los tipos de relaciones identificadas:

**Relaciones meritocráticas:** Como menciona Julian Woodside, Claudia Jiménez y Maritza Urteaga (2011), entre los creadores de música independiente permean las relaciones de poder entabladas a partir del valor que cada músico adquiere por sus méritos o logros, como la presentación en festivales de cierto renombre, la pertenencia a cierta casa productora, el número de años y discos que lleva de trayectoria y los patrocinios que posee.

“El trabajo y la calidad del trabajo que cada uno de los participantes aporte sostiene criterios basados en una *economía de la reputación* (Howe, 2008) en donde la *meritocracia* aparece como moneda de cambio y dota a los actores del prestigio y reputación necesarios para lograr una mayor cantidad de vínculos sociales que eventualmente se verán reflejados en mayores posibilidades de trabajo. Los participantes se encuentran inmersos en una búsqueda de prestigio como creativos.” (Woodside et. al., 2011)

Este primer tipo de relaciones marca las posibilidades que tendrá un creador de música respecto a otro para producir y difundir sus productos e impone relaciones

asimétricas de poder no necesariamente visibles. Un caso claro de esto es el del músico Aldo Camacho, quien, al concluir su etapa con su primera banda exitosa *Tungas*, aprovechó las relaciones con medios y productores que ya había hecho gracias al prestigio adquirido e inició su proyecto llamado *Andrés Canalla*, con el que ha tenido nuevo éxito como músico solista.

**Relaciones colaborativas:** Por otro lado, los creadores de música independiente también entablan muchas relaciones de carácter colaborativo sobre todo con otros músicos y artistas, en las que el intercambio de un producto o servicio por otro es muy común. Por ejemplo, algunos músicos colaboran con videastas y animadores digitales para la creación de sus videoclips y visuales, con artistas y diseñadores gráficos para sesiones fotográficas o el arte visual de sus productos, o bien con otros músicos al momento de producirles un sencillo o un álbum o participar como coautores en una pieza musical en todos los casos lo que se busca es que su trabajo se difunda de forma mutua y así surjan beneficiadas ambas partes.

Por mencionar un ejemplo, el caso la música Carla Rivarola, quien en la mayor parte de sus videoclips se apoya de amigos artistas para la grabación, edición, vestuario y maquillaje, además de colaborar con actores y bailarines, productos de los cuales todos obtienen un beneficio, por una parte económico, pero sobre todo de difusión de su obra con un público más amplio, lo que posteriormente puede significar oportunidades laborales.

**Relaciones cooperativas:** En el SCMI también son comunes las relaciones de carácter cooperativo, que parecieran similares a las anteriores, pero tienen como objetivo principal el apoyo mutuo entre los participantes con el fin de hacer frente a las limitaciones y obstáculos que se presentan en el Sistema de Producción Cultural en México mencionadas en el capítulo anterior.

Muchos músicos cooperan entre ellos para conseguir presentaciones en foros, tratos y negociaciones conjuntas, apoyo para conseguir estudios de grabación y equipo de producción para los conciertos. Todas estas acciones las realizan con la

idea clara de que con apoyo mutuo y cohesión entre los agentes pueden obtener mayores logros que al trabajar de manera aislada e individual.

Un ejemplo es el proyecto *Gira en Casas* del músico *Kill Aniston*, quien se organiza con dueños de casas particulares, músicos e ingenieros músicos de sonido para ir a tocar a distintos lados de la república apoyándose de la cooperación entre bandas para poder lograr que las giras se financiaran y presentarse juntos en lugares donde en ocasiones ni siquiera existe infraestructura para este tipo de eventos.

**Relaciones competitivas:** Al ser reducido el número de espacios y existir una oferta basta de proyectos musicales en México y en el mundo, los creadores de música independiente también se encuentran en una constante competencia con los demás por hacer conseguir éxito y fama, públicos y espacios. Esta competencia no debe entenderse como una cuestión limitativa y egoísta, más bien significa un reto creativo por generar productos llamativos y de buena calidad para mantenerse como participantes activos del SCMI.

Las relaciones de competencia que se establecen entre los músicos los llevan, por ejemplo, a profesionalizar su ejecución musical, pulir sus presentaciones en vivo, adquirir instrumentos de mejor calidad, invertir en mejores servicios de producción para su música y videos o bien perfeccionar sus conocimientos musicales y de producción para generar productos de mayor calidad para sus públicos.

**Relaciones laborales:** Otro tipo de relaciones son las que se establecen como parte de trabajos en los que contratan a los músicos ya sea para crear composiciones específicas para películas, series y spots publicitarios, por ejemplo, son importantes para presentarse en vivo en algún espacio o festival, o bien contratados como músicos de sesión para otros proyectos musicales.

Los creadores de música independiente generan diferentes tipos de relaciones laborales dentro y fuera del ámbito musical para poder financiar sus proyectos. Ya sea como productores musicales o audiovisuales, ingenieros de audio o bien en otros ámbitos como el diseño gráfico o la publicidad, por mencionar algunos, los

músicos establecen diversas relaciones entre ellos mismos y con otros agentes de SCMI para conseguir recursos económicos para mantenerse.

**Relaciones económicas:** Como ya se mencionó anteriormente en este capítulo, los músicos hacen uso de diversas fuentes y actividades para ganar dinero y financiar sus proyectos. El establecimiento de relaciones de corte económico son clave para que los creadores de músicos cuenten con recursos para subsistir. A través de la venta directa de su música ya sea en discos físicos o en plataformas digitales de *streaming*, mediante la venta de mercancías y productos originales, y la venta de sus servicios en vivo, los músicos establecen relaciones de carácter económico con dueños de foros, organizadores de bazares o directamente con su público.

También establecen relaciones económicas con proveedores de servicios, por ejemplo, las salas de ensayo, estudios de grabación, productoras audiovisuales y tiendas de música, por ejemplo, cuando lo requieren, lo que ayuda a que el subsistema siga reproduciéndose y puedan seguir generando nuevos productos a futuro.

Cabe mencionar que ninguno de los tipos de relaciones antes mencionados se dan de manera independiente ni aisladas unas de otras, pues en una misma relación entre un agente y otro pueden existir diversos fines. También cabe destacar que estas relaciones se generan, robustecen y se transforman de manera vertiginosa, lo que dota al SCMI de un carácter dinámico y adaptativo. Los agentes, sus roles y relaciones que existen hoy pueden ser diametralmente diferentes en un par de meses debido a que no son fijas y siempre ofrecen propuestas nuevas para acoplarse a las irritaciones de su entorno.

### **Dinámicas de creación musical**

Una vez definidas las redes y los tipos de relaciones que le brindan un orden temporal a la estructura autopoietica del SCMI ahora se pueden describir en términos generales las dinámicas de creación musical que llevan a cabo los creadores de música independiente para operar y subsistir.

Para este apartado se recurrirá a los aportes del investigador Cristian Daniel Torres Osuna (2017) en su libro *Músicos independientes mexicanos y sus facetas socioeconómicas: de la creación al concierto en vivo* para darle un orden claro a las dinámicas, quien se apoya del proceso del esquema de preproducción, producción y postproducción para comprender algunas de las dinámicas que llevan a cabo los músicos independientes:

### **Pre-producción**

El primer paso para la creación de productos musicales se divide en tres actividades que se podrían considerar parte de lo que el ámbito de la producción audiovisual y el cine nombra preproducción. Estas actividades son: 1) Composición, 2) Ensayos y 3) Conceptualización, las cuales se explicarán a continuación:

- 1) Composición: Es la primera fase de creación musical, la cual involucra la generación de ideas para luego transformarlas en arreglos musicales y letra. El proceso varía mucho de un artista a otro, pero en general se puede definir una etapa de bosquejo de la obra, una fase de composición individual o en grupo y por último el trabajo final de acabado de la pieza.
- 2) Ensayos: A la par y también posterior al proceso de composición musical los creadores llevan a cabo prácticas y ensayos por su cuenta y en reuniones para afinar la ejecución de las piezas y ensamblar los distintos elementos de los que se compondrá. Comúnmente en la SCMI se lleva a cabo el ensamble de los siguientes instrumentos: guitarra, bajo, batería, voz, teclado, sintetizadores y cajas de ritmos y samplers. Los ensayos se llevan a cabo en espacios privados como la casa de algún integrante o bien en salas de ensayo equipadas para esta actividad.

También, como ya se dijo anteriormente, la fase de ensayos y composición se puede llevar a cabo a través de plataformas para intercambio de mensajes digitales, como videollamadas, mensajería instantánea y correo electrónico. Incluso actualmente existen agrupaciones que crean música a distancia de un país o de un continente a otro, y que en ningún momento se han visto de forma presencial, lo

que se puede comprender como un proceso de reducción de las distancias entre artistas de todo el mundo.

3) Conceptualización: también una fase importante de la pre-producción es el proceso de conceptualización del discurso del músico o la banda, el cual puede generarse desde que surgen las primeras ideas para formar su proyecto y toma en cuenta el género musical que van a interpretar, la experiencia previa del artista, las referencias musicales con las que se identifica y, por supuesto, el contexto económico-político-social en el que se genera.

En este proceso se definen cuestiones como las actitudes que la banda tomará al presentarse en público, la identidad visual que involucra logotipo, materiales fotográficos y audiovisuales y la indumentaria que utilizarán en presentaciones en vivo. A veces este proceso parece obviarse por parte de los artistas, sin embargo, forma parte del discurso que quiere comunicar y la definición del público que consumirá su proyecto.

## **Producción**

En una segunda fase se podría hablar de un proceso de producción de los proyectos musicales, en el cual los artistas materializan su proyecto en productos físicos como grabaciones y mercancía. Después de haber concretado la fase de composición, ensayo y conceptualización, los músicos se centran en crear productos que puedan promover entre el público con la finalidad de darse a conocer y ganar dinero.

Grabación en estudio: El proceso de grabación en estudio consiste en llevar al estudio las composiciones que hayan realizado con el fin de convertirlas en productos físicos que puedan distribuir, ya sea un sencillo, un EP (Extended Play, 3 a cinco canciones, entre 20 y 30 mins.) o un LP (Long Play, 7 o más canciones, 30 o más mins.).

Este proceso requiere una inversión económica por parte de los músicos, quienes tienen que financiar el pago del estudio, del ingeniero de audio y del productor con sus recursos. Como comentó Normand Luna, el dinero para la grabación puede salir de empleos alternos que tienen los artistas, de la venta de su mercancía y de la

venta de boletos en eventos en vivo. Los músicos independientes buscan el estudio que más les convenga a partir de su estilo y género musical, recomendaciones y referencias previas y de su presupuesto.

También cabe mencionar que existen dos dinámicas externas a ellos que han sido implementadas para financiar sus proyectos musicales: el patrocinio clásico y el *crowdfunding*.

1) Patrocinio clásico: La dinámica de patrocinio es tan antigua como los artistas mismos. Por dar un ejemplo, durante la época del renacimiento el mecenazgo era fundamental para que los pintores y escultores pudieran crear sus obras y sobrevivir durante toda su vida. Asimismo, los músicos independientes son patrocinados por distintos actores sociales: productores, músicos consolidados o pequeñas y grandes empresas.

Este patrocinio puede ser económico, con financiamiento para sus grabaciones en estudio y giras, o puede ser en productos físicos, como instrumentos musicales o ropa. En el caso de los productores y músicos independientes, generalmente lo que buscan es una retribución económica directa, a través de un porcentaje de las ganancias, aunque otras veces lo hacen por prestigio y apoyo a los artistas.

En el caso de las empresas dueñas de marcas importantes dentro del SCMI, como las que fabrican instrumentos como *Fender*, *Gibson*, y *Marshall*, por ejemplo. El patrocinio funciona más como una estrategia publicitaria que les generará retribuciones a largo plazo.

No cualquier músico independiente puede ser acreedor de un patrocinio, pues para que esto suceda, primero tienen que haber transitado una gran trayectoria de éxito tanto entre su público como en cuanto a las relaciones que han logrado establecer con otros agentes del SCMI. El prestigio o fama es un elemento fundamental que los proyectos musicales deben poseer para que reciban un patrocinio con el que puedan seguir creando, por ende, existe una diferencia entre las agrupaciones con este beneficio y las que no lo tienen.



2) Crowdfunding: Es una dinámica de financiamiento colectivo, la cual tiene sus orígenes a finales de los años 90's, y que se ha utilizado tanto para apoyar proyectos artísticos como para iniciar negocios locales. Los músicos proponen un proyecto a realizar como la grabación de un disco o una gira, y lo promueven ya sea entre sus conocidos o a través de una plataforma web con personas de todo el mundo.

Las personas que se enteran de este proyecto pueden aportar la cantidad de dinero que consideren a contra de recibir una retribución simbólica, ya sea una mención en los agradecimientos del proyecto o algún producto de menor costo que el artista se comprometa a proporcionar.

Existen diversas plataformas web para llevar a cabo esta actividad, como *Kickstarter* o *Fondeadora*, las cuales cobran un porcentaje concreto del dinero recaudado y concentran el total de las donaciones para que los artistas puedan adquirir ese dinero después. Gracias a esta dinámica, músicos que tienen pocas posibilidades de conseguir un patrocinio clásico debido a su falta de relaciones con agentes del subsistema pueden ser apoyados de forma directa por sus seguidores y fans de todo el mundo.

La etapa de producción de la música y sus productos alternos considera un gran esfuerzo por parte de los músicos independientes, inclusive, muchos de ellos ni siquiera logran llegar a esta etapa y mantenerse, lo que marca también una brecha entre los músicos que tienen apoyo económico de familiares y los que no lo tienen.

### **Postproducción**

La última etapa en el proceso de creación musical se centra en la promoción del proyecto por todos los canales que los músicos tienen a su alcance, por ejemplo: redes sociales digitales, entrevistas con medios de comunicación y presentaciones en vivo en bares, festivales y eventos. No existe una estrategia definida por parte de los músicos independientes, aunque artistas el total de los músicos entrevistados utilizan ampliamente sus cuentas de Instagram y Facebook para difundir sus creaciones.

Se pueden nombrar tres tipos de dinámicas de difusión que emplean los músicos para difundir sus proyectos: 1) Individuales, 2) Colaboraciones, 3) Management profesional. A continuación, se describirá puntualmente cada una de ellas:

1) Individuales: Los músicos, ya sea como solistas o en agrupaciones, llevan a cabo dinámicas individuales para difundir sus proyectos que incluyen el uso de sus redes sociales para difundir fotografías, videos y carteles digitales, sobre sus proyectos, pero además también integran el contacto con otros artistas y actores del SCMI para conseguir entrevistas o notas en medios o el acuerdo bilateral con los dueños de los foros para presentarse en vivo.

Actuar de forma individual, como lo comentó Aldo Camacho en su entrevista, les permiten tomar decisiones con una mayor libertad, establecer los objetivos que quieren lograr y las estrategias y acciones que llevarán a cabo en consecuencia sin necesidad de consultar con otros agentes.

2) Colaboraciones: También se llevan a cabo dinámicas colaborativas en las que los músicos unen esfuerzos con otros músicos para difundir, de esta manera pueden lograr presentaciones en vivo con mejor aforo de público, intercambio de seguidores, mayores probabilidades de patrocinio y ganancias económicas conjuntas.

Incluso, durante la década del 2010 en adelante, se popularizó una estrategia cuasi formal de organización para estas colaboraciones entre músicos, conocida como Colectivos. Los colectivos son una dinámica de acción concreta en la que un conjunto de bandas que son afines entre sí en cuanto a géneros u objetivos, se vinculan apoyarse de forma mutua y conseguir espacios en los que si se presenta una banda deben presentarse otras dos o tres involucradas. Un gran ejemplo fue el Colectivo de *Lxs Grises*, en el cual se unieron bandas con géneros de difícil difusión, como metal, punk, hardcore, para conseguir una mayor visibilidad y notoriedad en el SCMI.

Por otro lado, también se cuentan dentro de este tipo de dinámicas de difusión el trabajo la colaboración de los músicos con empresas locales y grandes empresas.

Muchas marcas de diferentes tipos de productos buscan difundir sus proyectos en esfuerzos conjuntos con las agrupaciones, quienes se encargan de mostrar en sus redes sociales y presentaciones en vivo.

En cuanto a los productos locales se pueden nombrar marcas de cerveza artesanal, ropa, accesorios corporales, tatuadores, artistas visuales, restaurantes de comida, entre otros más. En estas dinámicas los músicos se benefician quizá con un descuento o con productos gratuitos a cambio de hacerle promoción, en este sentido, la relación en cierta medida es de carácter horizontal.

También en este rubro se da la participación de grandes empresas de productos muy diversos que, al ver un nicho de mercado amplio, forman parte de los eventos e incluso contratan a algunos músicos para tener presencia entre su público. En México algunas de las marcas que han entrado a esta dinámica son Cerveza Indio, Telcel, Aeroméxico, Vans, por mencionar algunas. De esta relación los músicos tienen una retribución económica externa de la música y las marcas se presentan ante el público joven como una opción de compra a futuro.

3) Management Profesional: Por último, se encuentra la dinámica de difusión que recae en agentes o empresas especializadas en la difusión de proyectos musicales. La dinámica es sencilla en cuanto a que contempla la contratación de un servicio de manejo del proyecto al alcance de los que el músico pueda pagar. Existen desde *managers* independientes que trabajan por comisiones u honorarios mensuales hasta grandes empresas como Universal o Sony Music, quienes se encargan de promover el proyecto en los medios de comunicación con los que ya tienen acuerdos previos y conseguir presentaciones en vivo en foros contratados.

La dinámica de *management* profesional tiene como ventaja que el trabajo lo realiza un agente contratado para ese fin y que asegura un alcance concreto y presentaciones en foros a los que el músico no podría acceder de forma individual por no tener el contacto previo, sin embargo, también implica una gran inversión económica que no todos los músicos pueden pagar, por lo que solo algunos cuantos músicos independientes recurren a esta opción.

De esta manera, los creadores de música independiente, a partir de sus acciones y orientados hacia sus objetivos musicales específicos, generan redes robustas de relaciones que se renuevan constantemente a partir de las dinámicas de creación descritas. La facilidad de transformación de estas relaciones radica en que los músicos poseen aptitudes para adaptarse e innovar sus dinámicas de creación de acuerdo con el contexto definido por el entorno de los sistemas que rodean la producción cultural en México.

Una vez concluida dicha descripción, ahora se dará paso a una puntualización de los canales de comunicación que emplean los músicos para promover sus proyectos musicales, con el fin de ofrecer una visión lo más amplia posible sobre el objeto de estudio de esta investigación.

### **3.3.3.3 Canales de comunicación**

El último punto para concluir con la descripción del subsistema de creadores de música independiente se avoca a los canales de comunicación que emplean los músicos independientes para establecer y promocionar su proyecto musical. Como ya se puntualizó con anterioridad, a la par de la transformación de las redes y dinámicas que se llevan a cabo dentro del SCMI también se modifican las formas de interacción y los canales que emplean, ya sea que evolucionen a una nueva configuración o que coexistan con los anteriores. De acuerdo con la afirmación de Gallardo Cano (2017), desde su aporte a la Teoría de Medios: los canales y medios que ocupan los músicos, así como cualquier otro medio, nunca desaparecen tras su desuso, solo transitan a nuevos formatos.

Para hacer una categorización que simplifique el entendimiento de los canales de comunicación que emplean los músicos para promover su arte, se plantean dos tipos de canales: off line y digitales. A continuación, se hará una revisión de cada uno, con ejemplos concretos y su uso.

#### **Canales *offline***

El SCMI ha trabajado con canales *offline* desde antes de su consolidación en la década de los 2000s. Los canales *offline*, aunque cada vez se encuentran más en

desuso, siguen formando parte de los recursos que ocupan los músicos independientes para promover sus proyectos debido a que una gran parte de sus actividades se desarrolla en vivo. Por ello, resultó importante, para brindar una visión completa del subsistema, la consideración de este tipo de canales aun dentro de las prácticas actuales de los músicos. A continuación, se puntualiza cada uno de los canales *offline* identificados en esta investigación:

1) **Boca en boca:** La difusión que tiene un proyecto musical tiene su base en el gusto entre su público y las recomendaciones de entre pares. En un primer momento, el músico independiente se apoya de sus relaciones más próximas para difundir sus productos, por ejemplo, con sus familiares, amigos y en reuniones sociales, por ejemplo. Posteriormente, se comienza a crear una red de recomendaciones en la que estos primeros nodos alcanzados informan a otras personas sobre el solista o la agrupación, de tal manera que se va construyendo una pequeña comunidad con lazos cortos y robustos que apoyan el proyecto, no solo por el gusto hacia los productos, sino también por el vínculo afectivo existente.

Por otro lado, estas mismas recomendaciones de uno a uno también las entabla el músico cuando se relaciona con los dueños otros músicos y dueños de foros, entre otros, después de las presentaciones en vivo o en fiestas. En este tipo de eventos, como lo comentó Taty Soberón en su entrevista, pueden platicar con otras personas e ir creando amistades que a futuro pueden derivar en una relación laboral o colaborativa. Se podría afirmar, que el canal de boca en boca es uno de los más efectivos para el SCMI.

2) **Radio:** La radio es otro canal que sirve para ganar un mejor alcance de difusión para la música independiente, pese a que son pocas las estaciones que programan este tipo de proyectos al aire. Puntualmente se pueden identificar cinco estaciones FM en Ciudad de México que se dedican a este fin: Reactor 105.7. Ibero 90.9, Aire Libre 105.3, Radio UAM 94.1 y Radio UNAM 96.1.

También se puede mencionar que hay una mayor apertura para transmitir música independiente en las estaciones de radio en el resto de los estados del país, sobre todo para músicos locales de su estado.

Estar en la radio no solo implica que las obras de los músicos se transmitan, sino también, significa un nuevo espacio de contactos para conseguir presentaciones a futuro y patrocinios. Además, un proyecto que tiene cobertura en radio gana un cierto prestigio social o valor agregado que otros no tienen, y que establece una jerarquía entre los músicos independientes.

3) **Colaboraciones en Tv, cine y series:** Como ya se mencionó antes, son muy pocos los espacios en estaciones de televisión dedicados a la música independiente, quizá solo el *Canal Once* transmite algunos programas para entrevistas o presentaciones en vivo de los artistas, sin embargo, los músicos independientes pueden encontrar cabida en estos canales como parte de colaboraciones en *soundtracks* de telenovelas, series, spots publicitarios y películas.

Es común que, en series o películas mexicanas, dirigidas a públicos jóvenes y con mediano presupuesto, se aprovechen las creaciones independientes debido a que el costo de compra de derechos para su uso es mucho menor al que se invertiría en piezas musicales de artistas consolidados. Incluso en ocasiones, los músicos independientes son contratados por los productores para generar música original para las bandas sonoras, lo que se traduce en una fuente de ingresos y un espacio de difusión de su obra.

4) **Impresos:** Aunque pareciese que esta actividad ha migrado completamente al ámbito digital, muchos carteles, volantes y *stickers* impresos siguen formando parte de los recursos que ocupan los músicos independientes sobre todo para promocionar eventos en vivo. El valor simbólico de este tipo de productos también ha cambiado, pues al ser poco común que se recurra a ellos, el público lo vuelve un elemento coleccionable de sus artistas, con características de unicidad y rareza.

5) **Venta de mercancía:** La mercancía o “*merch*” que venden los músicos independientes funge como otro canal para difundir su proyecto. Los discos físicos, las playeras y gorras con diseños originales o sus logos, stickers, peluches y muñecos, por ejemplo, son productos que los músicos generan por su cuenta para obtener recursos económicos y financiar su proyecto en un primer momento, pero que también funcionan como una forma de hacer llegar su proyecto a más personas. La originalidad de estos productos es clave para que el público quiera adquirirlos, conservarlos y utilizarlos en su día a día.

6) **Meet and greet:** Este tipo de reuniones son una variante de lo que se conoce como “Pase a camerinos” dónde los fans de una agrupación musical podían conocer de frente a sus ídolos musicales, intercambiar unas palabras y tomar una fotografía. Entre los músicos independientes estos eventos tienen un corte menos extraordinario, pues en realidad lo que buscan es ofrecer a sus seguidores un momento para convivir en un lugar, conversar frente a frente y entablar una relación más horizontal y cercana. Carla Rivarola comenta que ella suele organizar y participar en eventos con esta dinámica, en los que ofrece un concierto privado a un grupo reducido de personas, platica con ellos e incluso en ocasiones puede obtener una ganancia económica directa de su público sin intermediarios.

7) **Presentaciones en vivo:** Los conciertos en foros privados y espacios públicos son canales que muchos de los músicos independientes procuran emplear con mayor frecuencia debido a que pueden tener un contacto directo con sus seguidores. El espacio en el que se presenten resulta de gran importancia, debido a que eso define su alcance y el prestigio que van a tener como músicos, ya que, como ya se mencionó, algunos foros tienen un mayor reconocimiento social entre el SCMI.

Los espacios pueden ser privados, como bares, cafés, salas de ensayo y tiendas de música, los cuales implican un acuerdo previo ya sea de retribución económica por porcentaje de ganancias, o bien por préstamo del espacio a cambio del consumo del público. Pero también pueden ser públicos, como plazas, jardines y calles, en los cuales involucran el trámite de un permiso emitido por las instancias públicas

pertinentes, si se quieren presentar de forma legal, o bien, la ocupación del espacio público con el riesgo de ser removidos por las autoridades.

Cual sea el tipo de espacio que elijan, en las presentaciones en vivo los músicos encuentran el momento para mostrar su música, el dominio de su instrumento, su capacidad para interactuar con las personas y su concepto musical, a través de su *performance* inclusive el uso de material audiovisual, lo cual ofrece una experiencia más completa sobre su proyecto.

8) **Festivales de música:** Por último, en esta categoría de canales *offline* se encuentran los festivales musicales, los cuales han tenido un gran auge en la última década. Un festival de música se puede entender como un evento de duración variable entre un día y una semana, en el que se conjuntan diversas actividades como venta de productos (comida y ropa), conferencias, mesas de discusión, cursos y talleres y la presentación en vivo de un gran número de agrupaciones.

La participación en un festival musical significa una oportunidad para tener un mayor alcance de difusión debido a que el público que asiste a estos eventos, mientras espera a ver la ejecución de músicos *headliners* consolidados, pueden conocer las nuevas propuestas de los músicos independientes que “abren o telonean” y que probablemente coincidan con sus gustos y afinidades.

Para los músicos independientes conseguir un espacio en este tipo de eventos implica un gran esfuerzo, sobre todo económico, pero también en cuanto al uso efectivo de sus contactos y la calidad que tienen su proyecto. Existen muchas limitaciones para que los creadores de música independiente puedan conseguir una presentación en festivales comerciales como *el Vive Latino, el Knotfest o el Festival Marvin*, sin embargo, hay otras opciones como festivales organizados por instituciones gubernamentales o por grupos independientes con mayor accesibilidad.

Debido a su carácter adaptativo y resiliente del SCMI, muchos de los canales *offline* se han transformado para ajustarse al entorno digital que ofrece la internet, no



obstante, continúan vigentes, por lo menos, hasta el momento en que se escribe este texto.

### **Canales *online***

Los canales de comunicación definidos como *online* o digitales son todos aquellos que se encuentran soportados en la internet y que pueden ser utilizados a través de dispositivos como computadoras, celulares o *tablets*. Gracias a los avances en la ciencia computacional y la nanotecnología, entre otras disciplinas, se ha logrado transitar hacia aparatos tecnológicos más portables, que acompañan el día a día de las personas en todo momento y, por consecuencia, se han desarrollado softwares que responden a una forma de consumo inmediata y libre de horario.

Asimismo, se han desarrollado distintos canales de comunicación que permiten que cualquier persona con acceso a internet pueda utilizarlos para crear, publicar y consumir contenidos digitales cuando lo decida, así como también interactuar otros usuarios que físicamente pueden ubicarse a kilómetros de distancia y vincularse entre sí por sus afinidades, pasatiempos, gustos y objetivos.

Estos canales de comunicación digitales u online han permitido que los músicos independientes puedan difundir sus proyectos y productos sin la necesidad de recurrir a intermediarios, como productoras, *managers* y agencias de medios, lo que se traduce en una mayor libertad en todos los aspectos, tanto creativa como expresiva. En palabras de Carla Rivarola “estamos en la verdadera era del rock independiente, porque gracias a la internet podemos llevar nuestros proyectos como queramos, publicar lo que queramos, lanzar nuestra música y tener contacto con nuestros fans personalmente”.

Incluso, muchas de las grandes y disqueras trasnacionales ahora se encuentran pendientes de los artistas independientes que tienen un potencial comercial para firmar contratos con ellos, producirlos y obtener ganancias. Los casos de *Ed Maverick* o *Flor Amargo* son ejemplo de ello, pues a través de sus redes sociales digitales comenzaron a difundir sus canciones y ejecuciones en vivo, y ganaron un gran número de seguidores, situación que llamó la atención de la industria comercial

para establecer un contrato que les dejara ganancias seguras. Aldo Camacho se refiere a esta situación como “oportunista” ya que considera que la industria ahora solo está “cazando” a los artistas independientes por el número de seguidores que tiene y “no se interesa por su arte”.

Frente a esta situación, los músicos independientes coincidieron en que, como artistas, deben trabajar y aprovechar los recursos digitales a su favor, y buscar nuevas formas para difundir y mantener su proyecto. A continuación, se describen los canales de comunicación que los músicos emplean para promover su proyecto de forma digital:

1) **Redes socio-digitales:** Son plataformas que permiten la vinculación entre cuentas de personas, la creación de páginas, el streaming en vivo, entre otras funciones y herramientas. Las que al momento tienen mayor uso entre los músicos independientes son *Facebook, Instagram, Twitter, TikTok y YouTube*. En estas plataformas los músicos pueden crear espacios virtuales para difundir su contenido entre sus seguidores a través de formatos de video e imagen.

Particularmente los artistas emplean sus redes socio-digitales para acciones concretas: promover su música, difundir carteles digitales de presentaciones a futuro, contarles a sus seguidores sobre su día a día, publicar fotografías y videos, dar comunicados oficiales, promocionar sus mercancías para venderlas, conocer los gustos y necesidades de su público, y, ahora, con las funciones recientes, transmitir en vivo conciertos o ensayos que pueden ser gratuitos o remunerados.

Hay dos funciones que particularmente resultan valiosas para esta investigación por ser novedosas y útiles para los creadores de música independiente: el streaming en vivo y la pauta digital (publicidad pagada).

a) El streaming en vivo es una función que muchas de las plataformas de redes sociales han implementado para la transmisión al momento de video desde cualquier dispositivo que posea una cámara integrada. Gracias a esta función, los músicos pueden ofrecer conciertos online desde su casa o salas de ensayo. En ocasiones el número de “asistentes” al concierto puede ser mayor al aforo que

tienen en presentaciones físicas por la comodidad que implica la herramienta, e incluso pueden establecer un precio por “boleto” para recibir un pago por su actividad, ya sea a través de la plataforma o por un acuerdo externo.

Este recurso también funciona para ofrecer entrevistas directas o pláticas con sus seguidores. Hay artistas que inclusive establecen días y horas concretas por semana para transmitir en vivo, lo cual genera un hábito de consumo de su contenido entre su público, de forma muy similar a como se hacía en la televisión y la radio tradicional, solo que en este formato el contenido y el vínculo con el artista se prioriza sobre la calidad técnica de la producción.

b) La pauta digital o publicidad pagada es un recurso útil para los artistas independientes para promocionar de forma directa sus productos hacia sus seguidores actuales o un público más amplio. El músico independiente crea un contenido concreto, como puede ser un videoclip, un video promocional, una *Live Session* y un cartel digital, por ejemplo, lo sube a la plataforma y define el público al que quiere que su producto llegue por este mismo canal, establece una cantidad concreta de presupuesto o *budget* por pagar y se le cobra de acuerdo con la respuesta obtenida.

Este recurso representa grandes ganancias para las empresas que ofrecen el servicio, *Facebook* y *Google*, y, pese a que puede ser utilizado de manera intuitiva por los músicos, su efectividad radica en el conocimiento correcto de su operación. Este recurso debe ser utilizado con un grado profesional medio o alto, ya que si no se ha explorado o tomado un curso sobre su funcionamiento puede representar un gran gasto económico para los artistas sin reflejar resultados.

Los músicos entrevistados comentan que las redes socio-digitales son el canal que más emplean para llevar su proyecto y de las que mayores beneficios obtienen en cuanto a difusión de sus productos y contacto con su público.

2) **Apps de música:** Las *apps* son softwares de peso informático reducido que cumplen con funciones concretas para resolver alguna necesidad específica. En cuanto a las *apps* de música, existen de dos tipos, las de creación musical y las que

además permiten a los artistas vincularse con más músicos, productores, ingenieros de sonido y agentes que se encuentren en el ámbito de la música en México y todo el mundo.

Las *apps* de creación musical ofrecen instrumentos virtuales que los músicos pueden utilizar para crear piezas digitales, grabarlas y compartirlas en otras plataformas, se han vuelto de suma utilidad debido a que instrumentos que cuestan miles de pesos ahora pueden ser emulados con estos *softwares*, lo que reduce los costos de producción para los músicos independientes.

Por otro lado, *apps* como *BandLab* o *Landr*, permiten que los músicos creen y además compartan sus composiciones entre los usuarios de estas *apps*, lo que se traduce en vínculos con personas que comparten los mismos intereses, colaboraciones creativas y hasta producciones de piezas o álbumes sin la necesidad de tener un contacto físico.

3) **Reservorios de música:** Son espacios o plataformas web dónde los músicos pueden subir todas sus creaciones de forma gratuita y sin límites para tener un catálogo digital de sus obras. Los reservorios son útiles para el músico que quiere compartir sus ideas con más personas e incluso hasta puede recibir un pago por la compra de sus canciones o álbumes de forma directa a través de *Pay Pal*.

Algunos de los reservorios de música más utilizados por los músicos independientes son *Soundcloud*, *Bandcamp*, *Reberbnation*, entre otros. Son de acceso libre al momento de hacer una cuenta y de fácil manipulación. Muchos músicos independientes optan por esta opción para difundir su música porque no implica un gasto extra para su proyecto.

4) **Distribuidoras digitales de música:** son plataformas que ofrecen servicios para la distribución musical digital en plataformas de *streaming* y redes sociales digitales. Estas empresas en su mayoría tienen su sede en Estados Unidos y cobran el servicio en dólares. Las ya mencionadas *Cd Baby*, *Tunecore* y *Distrokids* establecen un precio anual para que los músicos independientes puedan tener sus

canciones en línea y, si se adquiere un servicio profesional, se encarga de darle difusión a las piezas para conseguir más reproducciones.

Las distribuidoras se encargan de concentrar las ganancias generadas por reproducción, le restan un porcentaje por el servicio y depositan el resto al artista en una cuenta bancaria. Para músicos independientes que ya tienen una trayectoria relativamente larga y un público consolidado que escuche sus canciones, el pago mensual que reciben les ayuda a solventar sus gastos y mantener su proyecto, aunque cabe mencionar que la ganancia es relativamente baja por reproducción.

5) **Plataformas de *Streaming* musical:** A la par del surgimiento y auge de las redes socio-digitales, y como una solución al problema de la piratería y las infracciones a los derechos de autor, surgieron las plataformas para reproducir música de forma legal por una renta mensual del servicio, como *Spotify, Apple Music, Deezer, YouTube Music*, entre otras.

Los creadores de música independiente solo pueden difundir su música a través de estas plataformas contratando el servicio de las distribuidoras digitales. Esta inversión económica es provechosa para ellos en tres aspectos fundamentalmente:

- uno, pueden recibir un pago de las reproducciones que generen sus canciones;
- dos, sus obras se encuentran al alcance de todo el mundo por lo que pueden escucharlos tanto en México como en otro país; y
- tres, al momento de estar en este tipo de espacios, el reconocimiento social que reciben los músicos es equivalente al que se les daba con anterioridad cuando su música se transmitía en la radio.

6) **Plataformas de comercio *online*:** Como ya se comentó anteriormente, los músicos también producen mercancía original de su proyecto que los ayuda a difundirlo y recibir una retribución económica. En plataformas como *kichink o shopify*, los creadores de música independiente pueden crear tiendas virtuales donde su público pueda hacer sus pedidos y adquirir los productos que ellos venden, como playeras, gorras, sudaderas, pulseras, collares, tazas, discos físicos

y peluches, por ejemplo. Los músicos se encargan de todo el proceso de envío y reciben su depósito a una cuenta bancaria menos la comisión que cobra la plataforma.

7) **Revistas especializadas:** Otro de los canales que ocupan los músicos independientes, sobre todo cuando ya han generado redes de relaciones con dueños de medios y periodistas son las revistas especializadas, las cuales, actualmente, se distribuyen de manera digital. Algunos ejemplos de estos medios digitales son la revista *Indie Rocks*, *Revista Marvin*, *Sopitas.Com*, *Lifebox set*, *Cultura Colectiva*, entre otras.

En estos espacios se difunden entrevistas con los músicos, notas sobre sus presentaciones y productos, videos y reseñas especializadas. Estas revistas son puntos de referencia clave para las audiencias que están interesadas en la música independiente, especialmente para dar a conocer nuevos proyectos y agrupaciones. Los creadores de música independiente pueden acceder a estos medios a través del contacto directo con algún editor y la presentación de su *press kit* con la información completa del proyecto.

8) **Podcast y Radio por Internet:** También existen canales sonoros que tienen su soporte en plataformas web y se dedican a difundir información sobre la música independiente como los *podcasts* (archivos sonoros con una temática específica) y estaciones de radio por internet. Al igual que en el caso anterior, los músicos se contactan directamente con los creadores del podcast o programa de radio o bien pueden crear podcasts propios para contar sobre su experiencia y difundir su música.

9) **Canales de TV por internet:** Otro canal que está vigente y abierto para los creadores de música independiente son los canales de tv que principalmente se ubican en *YouTube* y se presentan en distintos formatos, desde el convencional programa de “revista” hasta los videoblogs. En estos espacios los músicos pueden ser entrevistados y presentarse en vivo en los foros como se hacía en algunos *shows* de tv tradicionales.

Hay algunos músicos independientes, como el ya citado Jonathan Arellano, que incluso han creado sus propios videoblogs para mostrar sus canciones y contar sobre su experiencia como músico independiente en la escena de la Ciudad de México, con lo que ha consolidado un público más amplio porque crea contenido variado en torno a su profesión musical.

10) **Plataformas de mecenazgo:** Por último, a partir de la mitad de la década del 2010 y hasta la actualidad, han surgido diversas plataformas donde las personas pueden pagar directamente por contenidos originales y exclusivos mediante una suscripción mensual. Los músicos independientes, así como cualquier artista, puede crear un perfil en páginas como *Patreon* u *Onlyfans*, donde suben contenido musical exclusivo para consumo de las personas que paguen por él. De esta manera, reciben un financiamiento o patrocinio directo por sus seguidores, que los ayuda para seguir creando sus obras.

Los músicos independientes han encontrado en los canales online un espacio fértil para desarrollar sus proyectos e inventar nuevas dinámicas de creación musical. Al igual que el SCMI, los recursos que brindan las nuevas tecnologías se encuentran en constante y vertiginosa transformación, lo cual modificará y será modificado por las acciones de los músicos independientes a futuro como ha sido hasta el momento.

### **3.4 Prospectiva de la música independiente tras la pandemia mundial por COVID-19**

Tras el descubrimiento del virus SARS-CoV-2 causante de la enfermedad COVID-19 en Wuhan, China, y el brote pandémico generado a nivel mundial por la dispersión de contagios, en marzo de 2020, el gobierno de México dictó medidas de cuarentena nacional para evitar el crecimiento de contagios en el país. Como parte de dichas medidas se ordenó la cancelación de clases presenciales en instituciones educativas, cierre de restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos, recomendaciones de confinamiento en las casas, distanciamiento social y uso de equipo de sanitario de protección.

La pandemia en México ha traído consigo diversos problemas, sobre todo económicos y sociales. Muchos negocios y comerciantes que dependían del flujo constante de personas para obtener ganancias se han visto afectados, incluso han tenido que cerrar, buscar otras alternativas laborales y emigrar hacia sus estados de origen para aminorar sus costos de supervivencia, lo que ha conllevado al aumento del desempleo generalizado a nivel nacional.

A la par del impacto económico, el sector cultural ha tenido que cambiar su forma de operación debido a que las presentaciones en vivo de todo tipo de expresiones artísticas y culturales se han cancelado: teatros, salas de conciertos, museos, festivales culturales, centros de cultura y espacios públicos permanecen cerrados o con un reducido aforo de visitantes.

Como consecuencia inmediata de esta situación, se ha visto un crecimiento descomunal en el uso de tecnologías digitales para llevar a cabo las actividades cotidianas. Instituciones bancarias y gubernamentales, además la mayoría de las empresas, se han visto obligadas a implementar los medios digitales en sus procesos para poder seguir laborando regularmente.

Muchas empresas han instaurado el *Homeoffice* como modalidad para trabajar a distancia y el total de las escuelas han tenido que dar clases de forma remota, lo que ha hecho que los espacios físicos como las oficinas y salones se vuelvan casi



obsoletos. Los trabajadores y alumnos se vieron obligados a dominar habilidades y herramientas digitales para continuar laborando, entre las cuales se encuentran el uso de las redes sociales digitales, aplicaciones para gestión de proyectos y organización de equipos de trabajo, plataformas para realizar videoconferencias y trabajo colaborativo simultáneo, entre otras.

Los artistas en general, y, particularmente, los músicos independientes han visto esta situación como un reto para proponer nuevas formas de creación y distribución de sus obras. Existe un auge de aplicaciones y software para la producción digital de arte, hubo un *boom* del arte e ilustración digital, el streaming en vivo, los canales de entrevistas, mesas de diálogo, conferencias y talleres digitales han proliferado e incluso galerías de exposición virtuales en cuentas de redes sociales y en plataformas especializadas para reuniones sociales por medio de avatares digitales.

Los músicos independientes, según las entrevistas realizadas para esta investigación, han visto el confinamiento de la pandemia como una oportunidad para mejorar sus habilidades artísticas. Muchos de ellos han aprendido sobre cuestiones técnicas para la producción musical en casa con pequeñas consolas, han fortalecido su comunidad de seguidores a través de la creación constante de contenido para redes sociales y han incursionado en nuevas prácticas artísticas para nutrir sus proyectos, como en la fotografía y la ilustración, entre otros. A continuación, se hace una breve puntualización de las transformaciones de la prácticas musicales que se han percibido tras la emergencia nacional ya descrita:

### **1) Presentaciones en vivo**

Tras el cierre de foros para presentaciones en vivo y la cancelación de festivales, ferias y otro tipo de espacios, los músicos independientes, al igual que el resto de los artistas en México, se quedaron sin la posibilidad de ejecutar sus canciones frente a un público de forma física, lo que significó un detrimento en sus retribuciones económicas ya que muchos de los ellos viven del dinero recabado en los conciertos.

Ante esta situación, los músicos independientes tomaron la iniciativa de ofrecer conciertos en vivo a través de plataformas de streaming, las cuales, se han adaptado para poder ofrecer la venta de boletos virtuales que financian las presentaciones. Gracias a esta idea, los músicos independientes han podido realizar conciertos y hasta presentarse en festivales de música digitales organizados por promotoras musicales y algunas revistas para difundir sus productos.

Esta práctica, también fue capitalizada por la industria musical, quienes ahora operan de la misma manera, pues venden entradas para conciertos de artistas consolidados o para funciones especiales dónde proyectan la grabación de un concierto pasado al que solo un público reducido había tenido acceso.

## **2) Lanzamientos musicales**

Antes de la pandemia, los músicos independientes realizaban el lanzamiento de sus materiales a través de distintas estrategias de difusión, como las giras, las entrevistas, los Meet and greet, entre otras, a la par de apoyarse en estrategias de difusión en medios digitales.

Hoy el total de la difusión del lanzamiento de un nuevo material se realiza de forma remota a través de los canales digitales, como ya se mencionó, los conciertos se llevan a cabo en *streamings*, las entrevistas se realizan a través de videoconferencias, los Meet and greet se transformaron en transmisiones en vivo donde los músicos contestan las preguntas que los fans realizan al momento y toda su difusión depende en su mayoría de la información que ofrecen los músicos en sus redes sociales.

## **3) Retribución económica**

La retribución económica que los músicos recibían antes de la pandemia dependía de la venta directa de boletos para sus presentaciones y mercancía física derivada de su proyecto musical, a la par de percibir ingresos por medio del consumo de su música y productos en los medios digitales.

Ahora el total de los ingresos de los músicos (además de su salario en empleos externos a la música) proviene del pago que reciben por las reproducciones de sus videos en plataformas como *YouTube* o *TikTok*, las colaboraciones con marcas locales de mención a cambio de un pago en dinero o especie, y el apoyo que reciben por medio de la recaudación en plataformas de mecenazgo como *Onlyfans* o *Patreon*.

#### **4) Ensamble musical**

Otra de las dinámicas que ha cambiado es la forma de componer y las grabaciones de sus productos. Ahora los músicos se vieron obligados a ensayar a distancia a través de videollamadas y utilizando softwares musicales con soporte en la nube para ensamblar sus canciones.

De igual manera, se ha ocupado en gran medida la dinámica de grabación por pistas a la distancia, cada músico graba en su estudio casero utilizando una interfaz de audio, y la mezcla y masterización se realiza en algún estudio con un productor que también se encuentra a la distancia. Un ejemplo perfecto de este proceso de grabación es el EP titulado "*The beginning of end*" de la banda mexicana de Thrash metal *Tulkas*, quienes grabaron sus pistas por separado e incluso grabaron su videoclip oficial a distancia.

#### **5) Tipos de creadores de música independiente**

Por último, se identificó un cambio referente a los tipos de músicos independientes y agrupaciones actuales. Si bien, la dinámica de un grupo musical con un número promedio de cuatro integrantes o más sigue vigente, la proliferación de solistas ha crecido durante esta temporada.

Lo anterior se debe a dos cosas: la primera es el evidente confinamiento ya mencionado y la segunda es que resulta más sencillo componer, grabar, editar, dirigir y difundir un producto musical cuando se produce de forma individual, pues el músico es el creador único de la obra y puede tomar decisiones sin afectar a nadie más y además cobrar sus ganancias sin dividir las.

Estos mismos músicos incluso han propuesto formas novedosas de interacción con sus seguidores, pues les preguntan directamente si quieren que componga algo en específico o realice el *cover* de alguna canción, y hasta los pueden volver partícipes de las obras mediante duetos musicales o la escritura de frases para las letras. Estas dinámicas al final retribuyen al músico en cuanto al crecimiento de su comunidad de seguidores y el pago que le dan las plataformas por reproducción de sus contenidos.

Estos son los cambios más evidentes que se pudieron registrar para la presente investigación, aunque seguro existen muchos otros que han quedado de lado debido a la cercanía temporal que existe con el suceso. Intentar hacer una proyección de las transformaciones sería una tarea arriesgada y poco acertada, debido a que como individuos que establecen relaciones complejas, sus dinámicas serán impredecibles.

Cabe hacer la puntualización de que las dinámicas antes descritas no son nuevas, pues ya existían antes de la pandemia por COVID-19, sin embargo, su crecimiento y transformación vertiginosa sí podría considerarse un fenómeno novedoso. Los músicos independientes, a partir de su resiliencia, han sabido establecer nuevas relaciones, dinámicas y canales para hacer frente al entorno transaccional y contextual que los rodea, para generar estructuras autopoiéticas con el fin de seguir subsistiendo, como lo han hecho desde su origen.

De esta manera concluye el tercer capítulo del trabajo para dar paso a las conclusiones resultantes del proceso de investigación y los hallazgos realizados.

# Conclusiones

## CONCLUSIONES

Para iniciar con las conclusiones de este trabajo de investigación, se debe afirmar que la clave para que un proyecto musical independiente subsista es el establecimiento de múltiples relaciones por parte de los creadores de música independiente con otros agentes que participan y ya se encuentran posicionados dentro del SCMI. Entre mayor número y mayor cercanía entre las relaciones, la probabilidad de que un proyecto perdure y tenga gran capacidad de difusión aumenta considerablemente, y de hecho, es la manera en que los músicos que han perdurado por años, se han mantenido en su posición social.

Entendiendo esto y tomando en cuenta el avance vertiginoso de las tecnologías digitales, el abaratamiento de los costos de producción y el consecuente contacto directo que los músicos pueden tener con audiencias que no necesariamente estén cerca de ellos, las mejores estructuras para que los creadores puedan crecer sus proyectos son las siguientes:

**Permanencia en el SCMI:** el periodo de tiempo que debe estar activo un músico en el subsistema es de entre 3 y 10 años para construir un público que lo conozca y apoye, además de entablar relaciones con foros, estudios de grabación y medios de comunicación colectiva.

**Profesionalización:** un factor clave para que los músicos puedan crecer su proyecto es la dedicación y compromiso que tienen con la profesión, que se ve reflejado en el tiempo que dedican a estudiar música y ejecución de su instrumento, además de aprender sobre estrategias de difusión en medios digitales, derechos autorales y producción musical.

**Especialización en el área:** aunque lo deseable es que un músico pueda obtener una retribución económica equivalente a la cualquier profesión merece, la realidad es que los músicos independientes que se han mantenido en el SCMI e han especializado en diversos ámbitos de la música como: la producción musical, ingeniería en audio, docencia y composición de piezas publicitarias.

Contacto con agencias de management: si bien, la contratación de una agencia que gestione los proyectos independientes depende de los objetivos y recursos económicos con los que el músico o agrupación cuenta, la realidad es que muchos de los proyectos que se presentan en foros reconocidos y que entablan relaciones con músicos consolidados en la industria lo hacen a través del uso de este servicio.

Presencia digital: todo proyecto que desee existir y llegar a más seguidores, es recomendable que tenga presencia en los canales de comunicación digitales más utilizados, como *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, sitios web y plataformas de *streaming*. El músico debe considerar la inversión de un porcentaje de su tiempo el mantenimiento de sus redes sociales digitales y a la definición del tipo de contenido que desea compartir constantemente para mantenerse activo.

Inversión económica: Otra de los factores confirmados con esta investigación es que los creadores de música independientes invierten grandes cantidades de dinero para crear sus productos, y sí existe desigualdad entre agrupaciones lo que condiciona las posibilidades de que se una agrupación pueda o no posicionarse en el SCMI.

Propuesta creativa: los músicos que invierten más tiempo en conceptualizar sus proyectos, definir una estética visual y sonora concreta, un discurso claro y en cierta medida original, tienen mayores posibilidades de difusión debido a la diferenciación con el resto de los proyectos que coexisten en el mismo SCMI.

También es importante destacar a los agentes que tienen un papel fundamental para que un proyecto musical independiente pueda subsistir y con quienes los músicos independientes deben relacionarse: músicos afines a sus intereses y género musical, dueños de foros para presentaciones en vivo, artistas gráficos y audiovisuales, periodistas especializados y empresas locales de productos relacionados con los gustos de su audiencia (cerveza, ropa, accesorios musicales o tatuajes).

Como se dijo al comienzo de las conclusiones, las estrategias y estructuras más útiles para la promoción de los proyectos independientes recaen en redes de

relaciones robustas y compuestas por grandes números de agentes. El apoyo en estructuras colaborativas como los “colectivos musicales”, es decir, la alianza entre varias agrupaciones para presentarse conjuntamente es una de las más efectivas, debido a que hay mayor posibilidad de que los acepten en los foros y que los seguidores o fans de una agrupación comience a apoyar al resto.

Por último, después de haber realizado este trabajo de investigación y el procesamiento de la información para su análisis y categorización, se obtuvieron 11 puntualizaciones generales sobre el tema:

C1: Los creadores de música independiente, debido a su capacidad de resiliencia y la construcción reiterativa de nuevas relaciones, generan estructuras autopoiéticas para subsistir en el tiempo y continuar llevando a cabo sus actividades.

C2: Las limitaciones que imponen los suprasistemas económicos (SSE), políticos (SSP) y de la innovación tecnológica (SSIT), irritan y transforman el Sistema de Producción Cultural en México (SPCM) y, por tanto, el Subsistema de Creadores de Música Independiente (SCMI), y, por consecuencia, propician el robustecimiento de las redes de relaciones entre los agentes.

C3: La industria musical se renueva a partir de los productos generados por SCMI, capitaliza sus prácticas e innovaciones y se nutre de los músicos independientes que representan ganancias a corto plazo, para después desecharlos cuando dejan de ser “novedosos” y redituables.

C4: El concepto de lo “independiente” tiene su origen en las prácticas y actitudes que ejercen los integrantes del SMCI, más allá de su género musical o los medios de comunicación que utilicen.

C5: Los medios y canales digitales, así como sus innovaciones, representan nuevas herramientas para que los creadores de música independiente puedan producir y difundir sus proyectos sin la necesidad de recurrir a la industria musical para ser promovidos.



C6: Al interior del SCMI se establecen jerarquías entre los músicos basadas en su profesionalismo, calidad de ejecución y recursos económicos, además del número de conexiones que tienen con otros integrantes y con un público determinado.

C7: Dentro de las reglas de interacción para obtener una “membresía” de pertenencia al SCMI, existe una estética sonora ya normalizada, una calidad técnica homogénea y un nivel de ejecución musical establecido, que deben cumplir los músicos y sus productos.

C8: Las estructuras autopoiéticas, trayectoria y respuestas del SCMI dependen de la interacción e impulso de miles de agentes, nunca de la acción individual de uno o dos músicos.

C9: Los agentes (nodos) que poseen un mayor número de conexiones tienen más oportunidades para promover sus proyectos, así como acceder a foros reconocidos y obtener una remuneración por su actividad.

C10: La teoría-metodología de los sistemas complejos resultó de gran utilidad para comprender de manera ordenada la situación de la música independiente en México, así como para organizar el gran volumen de información que existe sobre el tema, debido a que permite una visión holística del problema observado.

C11: El presente proyecto pretende establecer un precedente para futuras investigaciones, debido a que el tema de la música independiente y sus creadores se entiende como un campo de estudio en constante construcción.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros

- Aguirre, J. L., *Introducción al Análisis de Redes Sociales*, Buenos Aires, CIEPP, 2011
- Agustín, José, *La Contracultura en México*, México, Debolsillo, 1996
- Aldana, Maximino, *Redes Complejas*, México, UNAM, 2006
- Althusser, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Francia, Ed. Quinto sol, 1970
- Attali, Jaques, Ruidos, *Ensayos sobre economía Política de la Música*, España, Ed. Siglo veintiuno editores, 1995, pp. 227
- Barabasi Laszlo, Albert, *Statistical mechanics of complex networks*, Indiana, Department of Physics, University of Notre Dame, Notre Dame, 2000.
- Bennet, Andy A. Peterson, Richard, *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*, Nashville, Ed. Vanderbilt University Press, 2004
- Bennet, Andy, *Cultures of Popular Music*, Buckingham, Philadelphia, Ed. Open University Press, 2001
- Bennett, Andy, *Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place*, Reino Unido, Palgrave, 2000, 223 pp.
- Brand, Edison, *Análisis de Redes Sociales como metodología de investigación*, Colombia, Elementos Básicos y Aplicación, Universidad de Antioquia, 2005
- Cilliers, Paul, *Thinking complexity*, Estados Unidos, Ed. Mansfield, 2007
- Dawkins, Richard, *El gen egoísta, Las bases biológicas de nuestra conducta*, Barcelona, Salvat, 1993, pp. 288
- De la Peza, M. C., *El rock mexicano. Un espacio en disputa*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2014, 239 pp
- De la Reza, Germán A., *Sistemas complejos, perspectivas de una teoría general*, México, Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana, 2010, pp. 175

- Díaz, Alfredo (comp.), *El enfoque de la complejidad, Diversas perspectivas*, México, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, 2013, pp. 212
- Faust, Katherine, *Las redes sociales en las ciencias sociales y del comportamiento*, en: Jorge Gil Mendieta y Samuel Schmidt (eds.), México, Análisis de Redes Sociales: Aplicaciones en Ciencias Sociales, IIMAS, UNAM, pp 1-14, 2002.
- Gallardo Cano, Alejandro, "Multifactorialidad, problemas y retos de la educación en México. Una mirada desde las ciencias de la complejidad" en *Complejidad y transdisciplina. Construcciones y reconfiguraciones desde la educación*, Red Iberoamericana para el Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior/ESANS, México, Scuola Adleriana de Psicoterapia del CRIFU, 2020
- Gallardo Cano, Alejandro, "Para comprender la complejidad" en *El enfoque de la complejidad. Diversas perspectivas*, Coord. Alfredo Díaz Mata, México, DGAPA, UNAM, 2012
- Gallardo, Alejandro, *Curso de Teorías de la Comunicación*, México, Cromacolor, 2002
- Gallardo, Alejandro, *La información: un componente básico para la interacción en el universo, Cibernética y teleología humana*, México, IDEJ, 2017, pp. 89
- García Canclini, Néstor y Maritza Urteaga, *Cultura y desarrollo, una visión distinta desde los jóvenes*, Madrid, Fundación Carolina CaALCI, 2011, pp. 141
- García Canclini, Néstor, *Culturas populares en el capitalismo*, México, Grijalbo, 2002.
- García Canclini, Néstor, et. Al., *Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes digitales*, Madrid, Ed. Ariel, 2012, pp. 301
- Horkheimer, Max y Theodor Adorno, "Las Industrias Culturales" en *Dialéctica de la ilustración*, Alemania, Ed. Trotta, 1944

- Ishikawa, Kaoru, *¿Qué es el control total de calidad? : la modalidad japonesa*, Bogotá, traducción del japonés al inglés por David J. Lu, Editorial Norma, 1997, pp. 78
- Lara, Felipe, Alejandro Gallardo y Silvia Almanza, *Teorías, métodos y modelos para la complejidad social: un enfoque de sistemas complejos adaptativos*, México, C3, UNAM, 2017
- Lara, Felipe, *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*, en Grupo Google Tecnociencias y Complejidad, México, Disponible en: Memorias del encuentro, 2009
- Lara, Felipe, *Metodología para la planeación de sistemas, un enfoque prospectivo*, México, DGPEPA, UNAM, 1990, pp. 91
- Luhmann, Niklas, *Organización y decisión, autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*, Barcelona, Universidad Iberoamericana, 2005, pp. 138
- Luhmann, Niklas, *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, México, U. Iberoamericana-Alianza Editorial, 1991.
- Maturana, Humberto y Francisco Varela, *De máquinas y seres vivos, Autopoiesis: La organización de lo vivo*, Buenos Aires, Ed. Lumen, 2003, pp. 136
- Newman M, Barabási A-L & Watts D. J., *The Structure and Dynamics of Networks*, Princeton, Princeton University Press, 2006
- Nicolis G & Prigogine I. *La Estructura de lo Complejo*, Madrid, Alianza Editorial, 1994.
- Polimeni, Carlos, *Bailando sobre los escombros: historia crítica del rock latinoamericano*, Argentina, Biblios, 2011
- Tapscott, Don, *La economía digital*, Nueva York, Mc Graw Hill, 1995
- Toffler, Alvin, *La Tercera Ola*, Colombia, Plaza y Janes Editores, 1980.
- Torres Osuna, Cristian, *Músicos independientes mexicanos y sus facetas socioeconómicas: de la creación al concierto en vivo*, México, Universidad Autónoma de Sinaloa, 2017, pp. 96.

- Torres, O. Cristian, *Músicos independientes mexicanos. Distribución, promoción y comercialización de sus creaciones*, México, Revista Luciérnaga/ Comunicación, Año 8, N15. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí-UASLP, 2016, Págs. 24-33.
- Urteaga, Maritza, *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*, México, Causa joven, 1998
- Von Bertalanffy, Ludwig, *Teoría General de los Sistemas, fundamentos, desarrollo, aplicaciones*, México, Fondo de Cultura Económica, 1968, pp. 308
- Von Foerster, Heinz, *Cybernetics of cybernetics: or the control of control and the communication of communication*, New York, Gordon and Breach, 1979
- Wallerstein, Immanuel, *El Moderno Sistema Mundial*, Nueva York, Siglo Veintiuno Editores, 1974
- Wilson, Brian (1993), *Sistemas: Conceptos, metodologías y aplicaciones*, [en línea], México, Editorial Limusa, pp. 441 URL [http://homepage.cem.itesm.mx/alesando/index\\_archivos/MetodoIDisMejoraDeProcesos/Wilson-Checklandpp89-120.pdf](http://homepage.cem.itesm.mx/alesando/index_archivos/MetodoIDisMejoraDeProcesos/Wilson-Checklandpp89-120.pdf)
- Woodside, Julian y Claudia Jiménez, “Creación, socialización, y nuevas tecnologías en la producción musical” en *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, México, Ed. Ariel s.a. y Fundación telefónica, 2012, pp. 91-107
- Yúdice, George, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, México, Gedisa, 2008

## Tesis

- Cortés, Alejandra, *Los principios transmediales aplicados a una serie documental. realización del piloto de una serie digital de 13 capítulos*, Asesor Dr. Alejandro Gallardo Cano, México, UNAM, Enero 2018
- Lammachia, María Claudia, *La música independiente en la era digital*, Asesor Guillermo Mastrini, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 2016

- Macías Solís, Yolanda Beatriz, *Sobre los músicos de rock en la Ciudad de México. La generación digital y sus habitus*, Asesora Dra. Georgina Flores Mercado, México, UNAM, Enero 2016
- Valenzuela Miriam y M. A. Patiño, *Masculinidades en el rock*, Asesora Dra. Graciela Vélez Bautista, México, Universidad Autónoma del Estado de México, México, 2013
- Zetter Patiño, Julio, *El papel de las tecnologías de la información (TIC) en la organización y difusión de la música independiente en la ciudad de México*, Asesor Dra. Elke Koppen Prubmann, México, CEIICH, UNAM, 2015

### Artículos

- Boix, Ornela, *Identificaciones y vinculaciones: una propuesta de intersección para analizar la música indie de la ciudad de La Plata (Argentina)*, Argentina, Universidad Nacional de La Plata, 2017
- Carrasco, Gonzalo, *Estado, medios de comunicación y monopolios*, [pdf], México, Revistas Alegatos Núm 81, UAM Azcapotzalco, México, mayo/agosto - 2012, Dirección URL: <https://azc.uam.mx/publicaciones/alegatos/pdfs/74/81-06.pdf>
- Cerda Silva, Alberto, *Evolución histórica del Derecho de autor en América Latina*, [pdf], Chile, Revista Lus et Praxis. Año 22, No. 1, Universidad de Talca, 2016, pp 19-58, Dirección URL: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/iusetp/v22n1/art02.pdf>
- Ejéa Mendoza, Tomás, *La política cultural de México en los últimos años*, [pdf], México, Revista Casa del tiempo, Vol. I, Época IV, Número 5-6, UAM, Marzo-Abril 2008, Dirección URL: [http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/05\\_iv\\_mar\\_2008/casa\\_d\\_el\\_tiempo\\_eIV\\_num05-06\\_02\\_07.pdf](http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/05_iv_mar_2008/casa_d_el_tiempo_eIV_num05-06_02_07.pdf)
- Fernández, Alfara, “*La educación artística y musical en México: incompleta, elitista y excluyente*”, en *Cuadernos interamericanos de investigación en educación musical*, Vol. 2, No. 0004, [pdf], México, UNAM, 2002, Dirección URL: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/cem/article/view/7322/6817>

- Gasca Zamora, José, *Privatización de la empresa pública en México 1983-1988*, [pdf], México, IIEC, UNAM, 1988, Dirección URL: [http://ru.iiec.unam.mx/1881/1/num41-42-articulo7\\_Gasca.pdf](http://ru.iiec.unam.mx/1881/1/num41-42-articulo7_Gasca.pdf)
- Indautor, *Reporte Ejecutivo Anual 2017*, [pdf], México, Dirección Jurídica, Secretaría de Cultura, Enero 2017, pp. 9, Dirección URL: <https://www.indautor.gob.mx/documentos/informacion-oficial/Consulta-Anual-2017.pdf>
- Kanagúsico, David, *Comercio electrónico*, Facultad de Contaduría y Administración, [pdf], México, UNAM, 2005, Dirección URL: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/ecommerce.pdf>
- Lorenz, Edward, *Deterministic nonperiodic flow*, Michigan, Journal of the Atmospheric Sciences Vol 20, MIT, 1963
- Martínez, Ruby y Ernesto Reyes, *El consenso de Washington: la instauración de las políticas neoliberales en América Latina*, [pdf], México, Política y cultura No 37, UAM-Xochimilco, 2012, Dirección URL: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-77422012000100003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422012000100003)
- Othón, José, *El Rock Mexicano y la Contracultura: notas para su historia*, [pdf], México, Revista Casa del tiempo, UAM, Abril 2000
- Paredes Pacho, José Luís, *El movimiento indie*, [pdf], México, Nexos, No. 351, marzo 2007, p. 27
- S/A, *Codificación de datos y modulación digital*, Argentina, [pdf], Universidad Nacional del Nordeste, 2018, Dirección URL: [http://exa.unne.edu.ar/depar/areas/informatica/teleproc/Comunicaciones/Presentaciones\\_Proyector/CodificacionDatos.pdf](http://exa.unne.edu.ar/depar/areas/informatica/teleproc/Comunicaciones/Presentaciones_Proyector/CodificacionDatos.pdf)
- S/A, *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*, [pdf], Estados Unidos, UNESCO, 1972, Dirección URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- S/A, *Economía: Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo*, [pdf], México, UNESCO, 2017, Dirección URL:

<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Economia.pdf>

- Trejo Delarbre, Raúl, *México: Bajo el imperio de la televisión*, [pdf], México, Revista Infoamérica, Núm 6, 2011, Dirección URL: <https://www.infoamerica.org/icr/n06/trejo.pdf>

### Notas periodísticas

- Beauregard, Luis Pablo, *México se convierte en el primer país de Latinoamérica en transitar a la TDT*, [en línea], España, El País, 4 de enero de 2016, Dirección URL: [https://elpais.com/economia/2016/01/01/actualidad/1451613581\\_023243.html](https://elpais.com/economia/2016/01/01/actualidad/1451613581_023243.html)
- Corona, Liliana, *¿Sabes qué canales verás ahora en tv abierta?*, [en línea], México, Revista Expansión en alianza con CNN, 26 de octubre de 2016, Dirección URL: <http://expansion.mx/empresas/2016/10/25/este-sera-el-orden-de-los-canales-de-television-abierta-en-el-valle-de-mexico>
- Espejel, Dennise, *Los 7 mejores foros ara conciertos*, [en línea], México, Revista Chilango, 24 de noviembre de 2011, Dirección URL: <http://www.chilango.com/tragos/los-7-mejores-foros-concierteros/>
- Fuentes López, Guadalupe, *En 7 años, 23 marcas plagiaron el diseño autóctono de México y no hay una sola denuncia: activistas*, [en línea], México, Sin embargo, 22 de junio de 2019, Dirección URL: <https://www.sinembargo.mx/22-06-2019/3599883>
- González Castillo, Alejandro, *¿Rock en tu idioma le dio en la madre al rock?*, [en línea], México, Revista Nexos, 2017, Dirección URL: <https://musica.nexos.com.mx/2017/12/05/rock-en-tu-idioma-le-dio-en-la-madre-al-rock/>
- González Torres, Armando, *La política cultural y sus reyertas*, [en línea], México, Revista Letras Libres, 2010, Dirección URL: <https://www.letraslibres.com/mexico/la-politica-cultural-y-sus-reyertas>



- González, Rodrigo, *Manifiesto Rupestre*, [en línea], México, Revista Abstracto, 1983, Dirección URL: <http://www.abstractomx.com/2018/02/17/rock-rupestre/>
- González, Sergio, *Los Hoyos Fonquis*, [en línea], México, Revista Yaconic, 10 de octubre de 2016, Dirección URL: <https://www.yaconic.com/hoyos-fonquis/>
- Gutierrez, Vicente, *El músico también tiene que ser empresario, Atto Attie*, [en línea], México, El Economista, Dirección URL: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Un-musico-tambien-tiene-que-ser-empresario-Atto-Attie-20160120-0088.html>
- Gutierrez, Vicente, *Ocesa es el tercer promotor más importante del mundo*, [en línea], México, El Economista, 8 de enero de 2017, Dirección URL: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Ocesa-es-el-tercer-promotor-mas-importante-del-mundo-20170108-0060.html>
- Hernández, Francisco, *Reductos del Rock Marginal: Hoyos fonky, la extinción*, [en línea], México, Milenio, 31 de enero del 2016, Dirección URL: <https://www.milenio.com/espectaculos/reductos-rock-marginal-hoyos-fonky-extincion>
- Juárez, César, *Lugares que extrañamos para rockear*, [en línea], México, Revista Chilango, 4 de junio de 2015, Dirección URL: <https://www.chilango.com/musica/los-lugares-que-extranamos-para-rockear/>
- Jurado, Laura, *La Mosca, irreverente revista de rock*, [en línea], México, El Universal, Abril 2020, Dirección URL: <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/mochilazo-en-el-tiempo/la-mosca-irreverente-revista-de-rock>
- Martínez, Carla, *México, campeón en consumo de música online*, [en línea], El Universal, 11 de octubre de 2017, Dirección URL: <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/tu-cartera/mexico-campeon-en-consumo-de-musica-online>
- Méndez, Enrique y Alma E. Muñoz, *Refrenda AMLO respeto a derechos de los pueblos indígenas*, [en línea], México, La Jornada, 9 de agosto de 2019,

Dirección

URL:

<https://www.jornada.com.mx/ultimas/politica/2019/08/09/recibe-amlo-resultado-de-consulta-sobre-derechos-indigenas-3579.html>

- Piñon, Alida, *Seguridad social para artistas, una deuda pendiente*, [en línea], México, El Universal, 18 de agosto de 2018, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/seguridad-social-para-artistas-una-deuda-pendiente>
- Ramírez, Jade, *Las políticas culturales institucionales en México: un círculo vicioso aparentemente sin fin*, [en línea], Guadalajara, Revista Folios, Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, 2015, Dirección URL: <http://www.revistafolios.mx/dossier/las-politicas-culturales-institucionales-en-mexico-el-circulo-vicioso-aparentemente-sin-fin>
- Rebolledo, Ruy, *9 datos sobre el consumo de TV en México*, [en línea], México, El Economista, 11 de agosto de 2016, Dirección URL: <https://www.economista.com.mx/empresas/9-datos-sobre-el-consumo-de-TV-en-Mexico-20160811-0092.html>
- Redacción, *La cultura recibe 22 veces menos en gasto público de lo que aporta al PIB: Graue*, [en línea], México, Revista Proceso, 10 de Febrero de 2018, Dirección URL: <https://www.proceso.com.mx/522121/la-cultura-recibe-22-veces-menos-en-gasto-publico-de-lo-que-aporta-al-pib-graue>
- Redacción, *Quién es Gabriel Orozco, el artista que tendrá a cargo el Proyecto Cultural Chapultepec*, [en línea], México, El Universal, 2 de abril de 2019, Dirección URL: <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/quien-es-gabriel-orozco-el-artista-que-tendra-cargo-el-proyecto-cultural-chapultepec>
- Rojo, Ricardo, *Polos de desarrollo regional*, [en línea], México, Revista Forbes, 2014, Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/polos-de-desarrollo-regional/>
- S/A, *Definición de e-commerce*, [en línea], España, Seminario Visa e-commerce, VISA, 2019, Dirección URL: <https://visaempresarial.com/Content/pdf/seminarios/Capitulo1/Tema/DefinicionEcommerce.pdf>

- S/A, *En México existen mil 300 museos*, [en línea], México, El Universal, 2018, Dirección URL: <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/en-mexico-existen-mil-300-museos>
- S/A, *Estudios de grabación para todos*, [en línea], México, Revista Chilango, 17 de noviembre de 2014, Dirección URL: <http://www.chilango.com/musica/estudios-de-grabacion-para-todos/>
- S/A, *Recintos para conciertos en el D.F.*, [en línea], México, Revista Time Out, 13 de octubre de 2016, Dirección URL: <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/musica/lugares-conciertos-df>
- S/A, *Televisa: en México hay 571 estaciones de televisión*, [en línea], México, Opportimes, 18 de junio de 2018, Dirección URL: <https://www.opportimes.com/televisa-en-mexico-hay-571-estaciones-de-television/>
- S/A, *Vive Latino, la historia de un chilango, mexicano y latino*, [en línea], México, Revista Sopitas, 25 de marzo de 2014, Dirección URL: <https://www.sopitas.com/noticias/vive-latino-la-historia-de-un-festival-chilango-mexicano-y-latino/>
- Solís, Arturo, *Las empresas que llegaron a México para sacar petróleo*, [en línea], México, Forbes México, 25 de abril de 2018, Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/las-empresas-que-llegaron-a-mexico-para-sacar-petroleo/>

### Sitios web

- Leiner, Barry et. al. (1997), *Breve historia de internet*, Estados Unidos, Internet Society.org, 2019, Dirección URL: <https://www.internetsociety.org/es/internet/history-internet/brief-history-internet/>
- S/A, *Capital 21*, México, Canal Capital 21, Gobierno de México, 2017, Dirección URL: <http://www.capital21.cdmx.gob.mx/banda-pelillos-no-podras-dejar-de-escucharlos/#more-38817>

- S/A, Convención para salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial, Estados Unidos, UNESCO, 2003, Dirección URL: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
- S/A, *EMCO, Central Once*, México, Instituto Politécnico Nacional, 2013, Dirección URL: <http://centralonce.tv/emco/>
- S/A, *Instrumentos musicales sus partes y accesorios*, México, Comercio Exterior de México, 2015, Dirección URL: <https://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Mexico/instrumentos-musicales-sus-partes-y-accesorios/MX/92>
- S/A, *Ley Federal del Derecho de Autor*, México, DOF, 24 de diciembre de 1996, actualizada el 15 de junio de 2018, Dirección URL: [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122\\_150618.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122_150618.pdf)
- S/A, *Página oficial "Plan y Programas de estudio"*, México, SEP, Gobierno de México, 2019, Dirección URL: <https://www.planyprogramasdestudio.sep.gob.mx/>
- S/A, *Página oficial de la Secretaría de Cultura*, México, Gobierno de México, 2019, Dirección URL: <https://www.gob.mx/cultura>
- S/A, *Películas con mayores recaudaciones*, España, Wikipedia, 2018, Dirección URL: [https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pel%C3%ADculas\\_con\\_mayores\\_recaudaciones\\_\(2018\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pel%C3%ADculas_con_mayores_recaudaciones_(2018))
- S/A, *PIB Cultura*, México, INEGI, 2017, Dirección URL: <https://www.inegi.org.mx/temas/cultura/>
- S/A, *The cultural borders of songs*, Estados Unidos, The pudding, 2018, Dirección URL: <https://pudding.cool/2018/01/music-map/>
- S/A, *The Hot 100 chart*, Estados Unidos, Billboard, 2019, Dirección URL: <https://www.billboard.com/charts/hot-100>
- S/A, *Visit México*, México, Secretaría de Turismo, 2019, Dirección URL: <https://www.visitmexico.com/es>

## ANEXOS

### Escaleta de preguntas para las entrevistas con músicos independientes

- **Trayectoria personal**

1. ¿Cómo fueron tus inicios en la música? ¿Quién te influyó (personas, música)?
2. ¿Cómo aprendiste a tocar?
3. ¿Cuáles eran tus aspiraciones y expectativas individuales sobre ser músico?

- **Primera fase de su carrera musical**

1. ¿Cómo fueron los inicios con tu primera agrupación? (Desde que se agruparon hasta su primer disco)?
2. ¿Por qué medios solían difundir su proyecto? ¿Dónde grababan? ¿En qué foros tocaban?
3. ¿Cuáles son las ventajas y obstáculos que encontraron para colocarse en la escena?
4. ¿Cuáles consideras que fueron los momentos clave para que la banda consiguiera un lugar dentro de la escena?
5. ¿Con qué otras bandas hicieron amistad?
6. ¿Cómo se fueron relacionando con personas de la escena musical (dueños de foros, medios de comunicación, disqueras)?
7. Después de la etapa con tu primera agrupación, ¿cuál era tu impresión de la escena musical independiente en la Ciudad de México y en el país en general?

- **Proyectos apoyados en la internet**

1. ¿Cómo surge tu siguiente proyecto? ¿Cómo has podido integrarlo a la escena musical?
2. ¿Las amistades con otros músicos, productores de audio y artistas (ilustradores, diseñadores) del medio han sido de apoyo para desarrollar este nuevo proyecto?
3. ¿Por qué medios has difundido tu proyecto ahora?

4. ¿Qué diferencias podrías señalar entre la década de los 2000s y la situación de música después del auge de la internet y las redes sociales?
  5. ¿Existe alguna motivación personal para difundir tu proyecto de forma independiente? ¿Qué ventajas has encontrado al conducirte de esta forma?
  6. ¿Cómo has logrado financiar tu carrera musical? ¿Cómo se puede vivir en la música en México?
  7. ¿Cuál ha sido tu experiencia respecto a los festivales de música en México?
  8. ¿Cuál es tu experiencia respecto a los colectivos musicales?
  9. ¿Cuáles consideras que son las herramientas más útiles que puede emplear un músico independiente para gestionar su proyecto?
- **COVID-19**
1. ¿Cómo has llevado tu carrera musical ante la situación de la pandemia COVID-19?
  2. ¿Cuáles piensas que son las rutas que deberán tomar los músicos de ahora en adelante?
  3. ¿Cuál es tu visión de la música independiente hoy en día de acuerdo con tu experiencia personal?

## ENTREVISTAS

- **Entrevista con Aldo Camacho**

Link:

[https://drive.google.com/file/d/1LR\\_jY5Xd\\_IFLgu7Me8v0sKEWOMdrHxIE/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1LR_jY5Xd_IFLgu7Me8v0sKEWOMdrHxIE/view?usp=sharing)



### **Entrevista con Carla Rivarola**

Link:

<https://drive.google.com/file/d/11GZ6Zlf0R27Y37lfK9Pj9v23ajJsn80n/view?usp=sharing>



- **Entrevista con Jaime Lozada**

Link:

<https://drive.google.com/file/d/1vKyMK64-amob2PXXAscOdyjw-wVNTQj/view?usp=sharing>



- **Entrevista con Kill Aniston**

Link:

[https://drive.google.com/file/d/1AQ72zUrnuJRx-SwHGTEOw7cTqkHTI\\_l/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1AQ72zUrnuJRx-SwHGTEOw7cTqkHTI_l/view?usp=sharing)





- **Entrevista con Normand Luna**

Link:

[https://drive.google.com/file/d/1vkS6I1\\_7Y1RulkeJ5mykzZv8geKuR726/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1vkS6I1_7Y1RulkeJ5mykzZv8geKuR726/view?usp=sharing)



- **Entrevista con Taty Soberón**

Link:

<https://drive.google.com/file/d/1ukzugCctpkkJC4dFQd3ZW2dOLooKkcjl/view?usp=sharing>

