

Mira Música: La comunicación de un sello discográfico independiente en Internet¹

Berenice Corti
Maestranda en Comunicación y Cultura
Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires

Resumen:

En este trabajo exploramos algunas de las implicancias de política estética que intervienen en el marco de condiciones específicas de producción de la música en nuestras sociedades postindustriales, y su relación con las herramientas de comunicación que proveen las tecnologías favorecidas por el uso de Internet. Analizaremos el caso del sello discográfico BAU de la ciudad de Buenos Aires a la luz del concepto de "reflexividad estética" que Scott Lash y John Urry proponen como relación emergente de configuración de nuevos procesos de individualización en esta nueva fase de la modernidad.

Palabras clave: música independiente, Internet, comunicación.

Abstract:

In this paper we explore some implications in aesthetic politics involved in the context of the specific production of music in our post-industrial societies, and their relationship with the communication tools that provide the technology favored by the use of Internet. We analyze the case of BAU Records label of Buenos Aires city, using the Scott Lash and John Urry's concept of aesthetic reflexivity, proposed as the configuration emerging relationship of the new processes of individualization in this new phase of modernity.

Key words: indie music, Internet, communication.

A principios de los años 2000 comenzó a gestarse un debate en torno a cuestiones identitarias en el circuito de jazz de Buenos Aires, evidenciado por lo que la prensa refirió como la gestación de un "nuevo jazz argentino" o directamente un "jazz argentino". El historiador Sergio Pujol consideró a este movimiento como un "relevo generacional" (Pujol, 2004: 256) cuyos protagonistas -entre otros aspectos novedosos- no estaba formados, como sus antecesores, en algún ocasional conservatorio de música clásica o

¹ El presente artículo constituye una versión revisada de la ponencia "La reflexividad estética en la música popular argentina: el caso del sello discográfico independiente BAU", presentada en las V Jornadas Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales UBA, noviembre de 2009.

erudita, la escucha de discos y las prácticas de la *jam session*² -es decir, tocando-, sino también a través de una educación musical sistematizada y específica de nivel terciario, nacional y extranjera.³ También destacó que los nuevos improvisadores argentinos “combinan material original y *standards*”⁴, preguntándose por la pertinencia -en relación a la posibilidad de existencia de un jazz argentino- de “esos acentos y giros que remiten a una determinada cultura sin exigir una deserción del jazz ni obligar a mezclar aquello que quizá nunca pueda ni deba mezclarse del todo” (Pujol, 2004: 258). Entre sus exponentes más relevantes este autor nombró a Adrián Iaies y Luis Salinas⁵, Luis Nacht, Fernando Tarrés, Ricardo Cavalli, el grupo Escalandrum, el Quinteto Urbano, Ernesto Jodos, El Terceto, y Javier Malosetti, entre otros (Pujol, 2004: 251-272).

El análisis de algunas de las características salientes de las obras de varios de los artistas de esta generación nos permitió percibir que la incorporación de elementos de otras músicas -como el tango, el denominado *folklore*, el rock, la música académica y la tradición del jazz- a la composición de obra propia, comenzó a realizarse mediante operaciones discursivas que se distanciaron de las producidas en el jazz fusión, estética hegemónica en los años setenta y ochenta.⁶ Sintéticamente, a través de una relectura *jazzística* de esos elementos y la adquisición del rol fundamental de la composición, se propició la irrupción de un sujeto discursivo que explicita sus condiciones de producción y que buscó la expresión de una *propia voz* singular y colectiva (Corti, 2007a).

Otro aspecto que encontramos de manera recurrente en los discursos del jazz argentino de esta generación es una suerte de actitud fundante inicial en relación a la historia del género en el país, que buscaría no abreviar en escuelas estilísticas determinadas -aunque sí requiera una importante competencia técnica musical- para operar con libertad en diversos paradigmas estéticos, deconstruyéndolos y cuestionándolos, en sintonía quizás con el proceso de pérdida de certezas acelerado en la última crisis económica, social y cultural de la Argentina post 2001 (Corti, 2007a).

Uno de los proyectos más característicos de esta generación fue y continúa siendo el sello discográfico independiente BAU (*Buenos Aires Underground*), creado y dirigido

² Sesión improvisatoria colectiva que se organiza en clubes de jazz.

³ Por ejemplo, la Escuela de Música Popular de Avellaneda y la Escuela Popular de Música dependiente del Sindicato del sector, con la Carrera de Músico Intérprete con contenidos de jazz y profesores del área. Muchos músicos argentinos obtuvieron becas en la Berklee College of Music de Boston, famosa por su método de enseñanza jazzística y más tarde se abrió una subsidiaria de esta institución en Buenos Aires, donde dictaban clase los egresados argentinos de la institución norteamericana.

⁴ Se denomina *standards* a los temas que forman parte del repertorio jazzístico reconocido por artistas y público, en donde ingresan como producto de múltiples relecturas realizadas en la producción del discurso musical, y la popularidad adquirida en el reconocimiento de ese discurso.

⁵ Quien no se reconoce a sí mismo como músico de jazz en sentido estricto, más bien un músico popular que utiliza la improvisación como recurso creativo.

⁶ Esto es, las *ideas* musicales provenientes de paradigmas diversos son reutilizadas de manera no literal, interpellándose mutuamente en un juego que reproduce el esquema signifiante de llamada y respuesta -característico de la músicas africanas y afroamericanas-, pero no sólo en lo formal y gestual, sino también en la composición y la *performance* en vivo (Corti, 2007a).

por el guitarrista y compositor Fernando Tarrés. Se trata de un emprendimiento para la edición de música grabada pero también de comunicación de un perfil estético, en donde participaron desde sus inicios cerca de cuarenta artistas –sólo como cabeza de proyecto, sin contar los que pudieron participar en cada uno de ellos- con casi sesenta discos editados en diversos momentos desde el año 2001 hasta la fecha. En este trabajo buscaremos ubicar a BAU en el marco de las transformaciones culturales vividas en la Argentina en los últimos años, analizando sus diferentes etapas que culminan al día de hoy en un programa de comunicación vía Internet, en relación también a sus condiciones de producción y algunas cuestiones estéticas.⁷

UNA RESPUESTA A LA CRISIS

BAU se lanzó a mediados del año 2001 con el apoyo administrativo del sello independiente PAI, conducido por otro músico, Fernando Lerman, del que luego se desvinculó. En ese año editó sus tres primeras placas –respectivamente- del pianista Ernesto Jodos, el saxofonista Luis Nacht y el propio Tarrés, quien traía material grabado en Nueva York. Según el promotor del nuevo proyecto, se buscaba obtener con BAU “un sello de confianza, como lo era ECM o antes Blue Note⁸; un sello que permita descubrir nombres nuevos, ir de un disco a otro siguiendo a un pianista, un saxofonista o un contrabajista”. Es decir, se trataba de la conformación de un catálogo que brindara valor agregado al conjunto de los participantes, en virtud de su pertenencia a éste, aunque en rigor no se modificaran las condiciones económicas de producción de los discos: cada artista continuaba solventando sus propias ediciones, pero dentro de un marco colectivo de comunicación de ese catálogo.

En cuanto a la opción estilística del sello, se construyó en una primera etapa sobre el jazz contemporáneo y experimental, incursionando en algunos proyectos novedosos en tango y folklore, para abrirse posteriormente a algunos casos de un jazz más *mainstream*. De todas formas persistió siempre el núcleo contemporáneo con fuerte énfasis en lo improvisatorio y el carácter “creativo” de la música.

Para Tarrés existía una relación entre la crisis imperante en el país por esa época y las características de BAU:

A medida que la Argentina se va deteriorando, lo que un sello de estas características ofrece se vuelve cada vez más intangible pero, al mismo

⁷ Aunque no nos abocaremos aquí al análisis musical de las obras editadas, lo que excedería largamente el espacio del que aquí se dispone.

⁸ Diario Página 12, 21 de febrero de 2002. Los sellos mencionados se refieren a dos proyectos estéticos específicos. El primero fue dirigido por el alemán Manfred Eicher desde fines de los sesenta y se dedicó al jazz experimental internacional. El segundo se enmarcó en la corriente afromodernista norteamericana de los años cincuenta y sesenta, y fue fundado por Alfred Lion quien contó con el trabajo del fotógrafo Francis Wolf en las cubiertas, que progresivamente fueron conformando un *estilo Blue Note* hoy inconfundible. Para ambos sellos la calidad del sonido y el arte de tapa eran una parte central en su concepción estética (Bazzolla, 1998; Cook, 2003).

tiempo, más valioso. ¿Qué consigue un músico que edita con BAU?, todas cosas intangibles: orden, contención, potenciarse con el trabajo de otros y potenciar a otros con su trabajo, no consigue dinero ni masividad.⁹

De esta forma, se trataba de convertir al sello discográfico en “una suerte de marco simbólico que contenga y sea el puente que haga efectiva la relación entre un determinado grupo de músicos con el mercado nacional e internacional”, como un “abrepueñas”, en palabras de Tarrés, para la obtención de giras, nuevas grabaciones y una mayor difusión de la música.¹⁰

Es decir, la mirada estaba puesta en el mercado como un dato de la realidad al que se le debía ofrecer una propuesta específica en el marco de la crisis, tópico que adquiriría otras dimensiones en la imagen internacional del sello. El siguiente es un extracto de la información institucional del festival que BAU ofreció en noviembre de 2004 en el circuito denominado alternativo de clubes de jazz en Nueva York y Miami:

Si la música marca el pulso de una sociedad, cuando al comienzo del nuevo siglo Argentina se enfrentó a una de las peores crisis de mercado de su historia, en Buenos Aires ese pulso se aceleró, la impotencia y la bronca tiñeron el aire, la supervivencia se instauró como regla y la inventiva fue la única herramienta disponible. En este contexto, caótico, fue que se elevó la voz distintiva, urgente y radical de un nuevo ‘Jazz Argentino’, convirtiendo a la mágica ciudad de Buenos Aires en la nueva frontera del jazz.¹¹

Entre otros aspectos, estas comunicaciones institucionales se refieren a BAU como producto del “esfuerzo colectivo de un grupo de artistas” –lo cual no es estrictamente correcto, ya que el proyecto siempre fue llevado adelante orgánica y económicamente por Tarrés-, que se encarnaba en una nueva ola de producción estética de marcada identidad, tributaria del Gato Barbieri, Dino Saluzzi y Astor Piazzolla.¹²

De esta forma, si bien para dentro del país BAU se posicionó como una herramienta económica y simbólica que beneficiaría a los artistas en el marco de la crisis, para el exterior se hacía más explícita la impronta estética en su relación con lo político identitario.

⁹ Sitio Web de la radio LT 24, <http://www.lt24online.com.ar>.

¹⁰ *Idem*.

¹¹ Sitio web de difusión del BAU Festival 2004 (<http://www.montanaeventsusa.com/index5.swf>).

¹² Dice la información de prensa producida por los organizadores del festival: “Argentina, la mítica cuna del tango, hoy vuelve a encabezar otro género popular: el Latin Jazz. La llegada del nuevo milenio trajo consigo un sorpresivo resurgimiento del jazz, alimentado por una nueva generación de músicos Argentinos. La poderosa música del Río de la Plata es una sinergia entre la herencia Ibérica: música Clásica Europea, Flamenco y Fado, y el sonido indígena de los Andes, combinados con la propulsión rítmica que llega de Africa para reinventarse en el Candombe. Así, la música popular Argentina es una mezcla única de estas heterogeneidades que llevan la expresión de la lucha humana como denominador común. Mientras el tango fue la música de la clase trabajadora inmigrante, el folklore es la expresión de las tradiciones de un pueblo indígena reprimido. Es en ese aspecto, el de ser una música de supervivencia, que la música Argentina comparte una genuina afinidad con el Jazz y el Blues sureño” (<http://www.montanaeventsusa.com/index5.swf>).

Poco después se inició lo que Tarrés denominó un proceso de “supuesta profesionalización” del circuito empujado por la creación del subsello S’Jazz dentro de la multinacional EMI, que bajo la dirección del pianista Adrián Iaies conformó su propio catálogo con, entre otros, algunos de los artistas que ya habían editado con BAU. Según Tarrés se trató de “una bola de nieve vacía” que alentó fuertes expectativas en algunos músicos en relación a, por ejemplo, el incremento de ventas de discos y de asistencia de público a los conciertos, a partir de campañas de prensa realizadas en medios masivos¹³ con estrategias más afines a la música comercial que a la construcción de un público más pequeño pero fidelizado como puede ser el jazzístico. Tarrés fue muy crítico del desembarco de EMI en el circuito, y se quejó de que algunos músicos optaran por abandonar la independencia a cambio de poder desprenderse de las tareas de difusión y seguimiento de la propia obra, mientras que S’Jazz no realizaba por su parte aportes significativos en materia de apertura y ensanchamiento de mercados, por lo que terminó disputando el espacio de los sellos independientes.¹⁴

MIRÁ MÚSICA

Tras un período caracterizado por la edición de placas de artistas diversos -lo que alejaba al sello del proyecto inicial basado en una fuerte coherencia estilística-, la realización de giras de algunos de sus músicos más representativos en España y Latinoamérica, y la oferta de venta en línea de tracks individuales de música¹⁵, BAU buscó comenzar a adecuarse a los nuevos tiempos de generalización de la Internet, y, con ella, de incremento de descargas gratuitas de música. Para 2009 el director de BAU relanzó el sello como generador de contenidos virtuales: “El disco que a mí me interesa producir y que BAU produjo en estos últimos ocho años ya fue, dejó de existir”, declaró Tarrés a la agencia de noticias Télam. Señaló, entre otros aspectos, la pérdida del carácter consagratorio del disco, su actual accesibilidad económica y tecnológica, y la pérdida de rentabilidad para los participantes de la cadena de producción de una placa.¹⁶

¹³ Revista Argentjazz, febrero 2008 (http://www.argentjazz.com.ar/_ARGENTJAZZ_Fernando_Tarres.mht). Para Adrián Iaies se trataba de “aprovechar todo lo que una compañía grande como EMI puede ofrecer como ventaja sobre lo que ha sido el circuito habitual en donde se han movido los músicos de jazz, que es el de los sellos independientes” (<http://www.sjazz.com.ar>, citado en Corti, 2007b, p. 59). Este modelo alcanzó su límite cuando debió suspender su primer gran festival en el teatro Opera de Buenos Aires. Tras la reconversión de S’Jazz en el sello independiente S’Music y su posterior desaparición, Iaies creó su propio sello, 20 Misas, declarando que “si el disco deja de existir, los ejecutivos de las grandes compañías van a tener que aprender un oficio, porque hasta ahora no saben ninguno” (Diario Clarín, 9 de julio de 2009). Hoy el catálogo S’Jazz es comercializado por otra *major*, Sony BMG.

¹⁴ Revista Argentjazz, febrero 2008 (http://www.argentjazz.com.ar/_ARGENTJAZZ_Fernando_Tarres.mht).

¹⁵ Como modo de adecuarse a los rápidos cambios tecnológicos: la idea era que podía ser más sencillo vender un track que un disco entero. Este modelo quizás puede ser más útil para músicas como el pop, basado en la difusión de singles o cortes que pueden traccionar todo un álbum, o para un modelo primermundista de consumo de música.

¹⁶ En PuroJazz, 31 de julio de 2009 (<http://www.purojazz.com/2009/07/sello-de-jazz-redisena-sus-contenidos-pensando-en-la-web/>).

La idea actual es concentrarnos en la web e investigar y tratar de entender cómo se genera ese carril, y cómo se construye desde allí un nicho propio". [...] "A lo largo de estos años el disco físico tuvo su lógica como único soporte posible para que los músicos de BAU y el sello como una usina de un tipo de música que se hace en el país se volvieran visibles, pero me parece que la tarea en la actualidad pasa por transformar al sello en un motor de circulación de estos músicos y esta música.¹⁷

La propuesta se dirigió a la conformación de un sello virtual con difusión vía Internet, que incluye "un cúmulo de información adicional, como el músico hablando, contando cómo hizo el disco, grabando, ensayando, donde puedas publicar escritos sobre ese trabajo u otras cuestiones". Se trataría, para Tarrés, de "recrear aquello que fue común en las décadas del 60 y el 70: la discusión de ideas, la sensación movimientista de la música y el pensamiento, la discusión y diálogo estético".¹⁸

Una de las claves del sello BAU desde sus inicios fue el énfasis en su imagen visual. Quizás también inspirado en la importancia que Blue Note y ECM le dieron a las tapas de sus discos, BAU propuso para sus primeros lanzamientos combinaciones de un diseño austero en base a planos de blanco, gris, negro y dorado y pequeñas fotografías en blanco y negro. La imagen de distintos códigos de barras son incorporados como elemento de la gráfica y en el logo del sello, destacando la relación de la música con su objeto mercantil por excelencia, el disco, y el mecanismo para acceder a su consumo, la compra mediada por la tecnología. Este último aspecto también aparece en la frase de la contratapa "*file under jazz*" como modo de referir al género al que se relaciona la música de ese disco y sus modos de organización y clasificación digital.

Una segunda tanda de lanzamientos empezó a hacer visibles las características de los artistas a través de la utilización de fotografías que cubrían la totalidad de las cubiertas, pero siempre en un estricto blanco y negro combinados con planos de blanco y colores platinados, es decir, manteniendo un estilo general.

Recién en una tercera etapa más extensa de desarrollo del sello, pero también de competencia con otros proyectos como el ya mencionado S'Jazz, el diseño fue liberado a la decisión de los artistas, a partir de lo cual la imagen de BAU dejó de marcar la impronta total de las cubiertas, con la excepción de aquellas pertenecientes a algunos de sus músicos más característicos: el propio Tarrés, Luis Nacht, Rodrigo Domínguez y Juan Pablo Arredondo, entre otros.

El timón de la imagen gráfica global fue retomado con el relanzamiento virtual de BAU, posibilitado por el proceso de constitución del sello en plataforma de contenidos de Internet que son producidos por un solo emisor desde la dirección del proyecto.

¹⁷ *Idem.*

¹⁸ *Idem.*

La primera pieza audiovisual de anuncio de este relanzamiento con el slogan "MIRA MUSICA"¹⁹ se realizó con formato de clip que incluye imágenes y músicas de *performances* musicales realizadas en conciertos o en la intimidad por diferentes artistas, algunos de los cuales nunca habían editado en BAU.

Con una periodicidad prácticamente semanal, y con el acompañamiento de gacetillas difundidas por correo electrónico y una pequeña campaña de prensa, comenzaron a sucederse nuevas piezas que incluyen registros en vivo de un tema musical -Serie *BAU online* para los conciertos, *BAU private series* para tomas de interpretaciones en privado- y entrevistas a músicos realizadas por Tarrés -serie *Músicos x Músicos*, que rondan los veinticinco minutos de conversación editadas en tres partes- que tratan sobre la historia del entrevistado, sus producciones y preferencias musicales y sus preocupaciones estéticas. Para Tarrés se trataría de "pensar el sello no únicamente como una usina productora de discos sino también como un espacio de creación y circulación, principalmente de música pero que incluya ideas y escritos sobre música y sobre arte en general".²⁰

SIGNO, ESTÉTICA, LIQUIDEZ E INDEPENDENCIA

Scott Lash y John Urry caracterizan a las economías capitalistas postindustriales como de posorganización de signos y espacios "cuya tela misma" estaría conformada por la reflexividad estética (Lash y Urry, 1998:88). Reflexividad en tanto la modernización y posmodernización de las economías políticas contemporáneas "hacen superficiales a las personas pero también las profundiza" (Lash y Urry, 1998:53), como consecuencia de su espacialización y semiotización. Y particularmente estética porque, a diferencia de la de tipo cognitiva vinculada a signos cuyo contenido refieren a los bienes postindustriales o de información, tiene su base en un conjunto de fundaciones bajo las categorías "de la alegoría y el símbolo como fuentes de la persona" (Lash y Urry, 1998:82). Así adquieren un papel relevante la estetización de la vida cotidiana como dice John Featherstone (2000:204)²¹, la difusión de una especie de capital cultural estético a varios grupos de personas y la adquisición de un mayor valor del diseño dentro de la producción de bienes.

Para Lash y Urry esto es posible también debido a la circulación cada vez más rápida y a distancias cada vez mayores de sujetos y objetos en las economías políticas posmodernas, por cuanto el "éter espaciotemporal se tuvo que hacer abstracto para que

¹⁹ La elección de la frase parece estar a tono con los tiempos. El festival de jazz de Buenos Aires de 2008, reformulado por la nueva dirección cultural del gobierno de Mauricio Macri y dirigido artísticamente por Adrián Iaies, llevó el slogan "Mirá Jazz".

²⁰ En PuroJazz, 31 de julio de 2009 (<http://www.purojazz.com/2009/07/sello-de-jazz-redisena-sus-contenidos-pensando-en-la-web/>).

²¹ Estetización de la vida cotidiana y del modo de percepción propiciada por el posmodernismo, en tanto el arte y las experiencias estéticas se transforman "en los paradigmas fundamentales del conocimiento, la experiencia y el sentir del significado de la vida" (Featherstone, 2000: 204).

los mercados 'se estiraran' por todo un espacio nacional e internacional, pero también se tuvieron que hacer abstractos los objetos que en él circulaban" (1998:31).

Esto no implica, dicen, que la reflexividad suponga una individuación por la decadencia de estructuras sociales y de clase, sino más bien por su reemplazo por estructuras informativas, cuya dimensión estética –de símbolos, diseño-intensiva –, tiene su lugar en la producción y el consumo de las industrias culturales (Lash y Urry, 1998:158-159).

Consecuentemente, éstas consiguen que la reflexividad se desplace del sujeto al objeto –puesto que la circulación de imágenes en las estructuras contemporáneas ubicuas de información y comunicación no interesan a sujetos estéticos, sino a objetos²²- convirtiendo a los "objetos reflexivos" en su producto directo, transformados a su vez en propiedad intelectual. El sistema de *copyright* es el que ha permitido la supervivencia de las empresas culturales, puesto que de esta manera consiguen a su vez excluir a las demás y a los consumidores de los derechos al uso de los objetos culturales.²³

Entendiendo que "la consecuencia práctica del *copyright* fue la transformación de la creación cultural en la producción de mercancías, quedando el campo de la creación artística e intelectual subsumido a la lógica de la producción industrial, y explotando el trabajo creativo en las condiciones que impone el mercado capitalista" (Calvi, 2008:128), una respuesta posible, a modo de ejemplo, en el campo concreto de la actividad musical, podría estar constituida por la acción de la asociación civil local no sindical Unión de Músicos Independientes (UMI), que considera el salario del músico autogestionado como aquél que se conforma con la percepción de derechos de autor, de intérprete o de productor fonográfico independiente, bregando por una participación activa de los músicos en las sociedades de gestión colectiva de derechos intelectuales (Corti, 2009: 9) a fin de garantizar la percepción económica de esos derechos.²⁴ La cuestión de quién tiene los derechos es a la vez de quién no los tiene en la propiedad intelectual, por lo que

²² Citan Lash y Urry a un ejecutivo de EMI: "Para que la industria llegara a ser un gran negocio en la realidad, la música tenía que 'pasar a formar parte del estilo de vida de los adolescentes'" (1998:187).

²³ Se trata de los derechos a explotar bajo algún aspecto cierta forma de propiedad, aún si esa explotación no tiene recompensa monetaria, cuyo uso más común es la copia de una propiedad intelectual para vender los ejemplares. Sobre este esquema están basados los argumentos en contra de la *piratería*, asimilando la autoría intelectual a su propiedad y a sus derechos de explotación. Una publicidad de la Cámara argentina de productores de la industria fonográfica (Capif) –básicamente las discográficas *majors*- decía que "cada copia pirata es un artista que desaparece".

²⁴ Esta posición se ha contrapuesto a la de la organización sindical tradicional de los músicos. Según Ricardo Vernazza, secretario de Sadem, "fuentes de trabajo es donde hay salario, no sólo un lugar para tocar". También, las leyes deben "proteger al músico del impacto de las nuevas tecnologías" en razón, por ejemplo, del "impacto de internet en los derechos intelectuales, el impacto histórico del disco en la fuente de trabajo de los músicos, o el sintetizador en la música publicitaria o teatral" (Corti, 2009: 8-9). Para la UMI, en cambio, "en el arte en general, acentuado por los diversos modos de producción en la actualidad, resulta complejo entender las creaciones exclusivamente en términos de patrones y empleados [...]. El Sindicato representa a los músicos únicamente en el aspecto laboral de la actividad" ("El músico como trabajador", Revista Unísono, UMI, edición especial septiembre 2008).

su ejercicio por parte de los músicos independientes revela la puja por una pequeña porción de ese capital que explotan las grandes compañías.

¿Pero qué consecuencias trae la liberalización de hecho de esos derechos con la difusión vía Internet por intercambio de descargas, por ejemplo? Juan Calvi explica cuál es la diferencia fundamental en la aplicación del *copyright* en los entornos analógico y digital:

En el entorno analógico existe una separación neta entre el momento del acceso a un producto audiovisual y el momento de su reproducción, de modo que la ley del *copyright* controla la reproducción de un producto (la realización de copias no autorizadas) pero no el acceso al mismo. Sin embargo, en el entorno digital, el momento del acceso es²⁵ el momento de la reproducción (2008, 135-136).²⁶

Conciente de estos rápidos cambios que se suceden, en el caso de BAU se trata más bien de ejercer un rol de intelectual o empresario cultural por sobre el de reivindicación de la condición de trabajador -sea éste independiente o no-, más cercano a lo que Bourdieu denomina "nuevos intermediarios culturales" (1984). Una de las estrategias subversivas de los intelectuales marginales y de los nuevos empresarios culturales, señala por su parte Featherstone, "consiste en tratar de legitimar nuevos campos para plantarse frente a y socavar las restringidas definiciones tradicionales del gusto aportadas por los intelectuales establecidos y encarnadas en una alta cultura" (2000: 157).

Además de continuar la tradición de la música popular experimental²⁷, se trataría también de legitimar para la música un nuevo *topos* no anclado en la materialidad del disco. Como dice Zygmunt Bauman, en la era del *software* -por contraposición a la época pesada de los materiales duros y el arraigo en lo territorial de la era *hardware*- el espacio se ha vuelto irrelevante en tanto no es necesario sacrificar tiempo para llegar a los más remotos lugares, que han sido "despojados de valor en el sentido simmeliano": algo es valioso si se ha debido renunciar a otra cosa que también tiene valor (Bauman, 2003:126-127).

²⁵ Cursivas en el original.

²⁶ Al respecto, ver da Silveira, (2009) quien realiza un pormenorizado relato de los impactos tecnológicos en la creación y circulación de la música, o Leão y Nakano (2009), quienes señalan que ante la sobreexposición de contenidos de divulgación en la red el problema de la circulación ha sido desplazado hacia la lucha por la atención de los consumidores.

²⁷ Dice la información de prensa del primer concierto del proyecto/*performance* Trespass: "Jugando con el significado de la palabra trespass (traspasar ilegalmente), Tarrés, rodeado de tres excelentes improvisadores de Jazz, inventa una música propia a partir y a través de una infinidad de músicas ajenas. La electrónica se nutre de los sonidos de los músicos tocando en vivo y ellos, a su vez, de las células sonoras que Tarrés genera con la computadora a partir una infinidad de complejos fragmentos sonoros en los que puede aparecer Bartok, Ligeti, Zorn, un grupo africano de batá, un coro balcánico, las voces de vendedores ambulantes del DF Mexicano, Marcel Duchamp leyendo un manifiesto sobre el arte moderno, o un texto de John Cage que discurre sobre la nada. Semejante diversidad acústica, es completada (o importunada) con la proyección de imágenes que, al igual que el sonido, mezcla y esconde fragmentos de las fuentes más variadas. Así, un ir y venir intenso e impredecible, va dictando el camino hacia una música enteramente propia, y enteramente ajena".

Según Calvi, los productos audiovisuales distribuidos, intercambiados y reproducidos a través de los Sistemas P2P (*peer to peer*, par a par) "circulan como recursos públicos libres y gratuitos que resisten su mercantilización" (Calvi, 2008: 164), por lo que los recursos económicos que provenían del intercambio de mercancías culturales deben surgir ahora como producto de políticas culturales que permitan sostener a los artistas.

CUERPOS HECHOS BYTES

Por último, quisiéramos proponer algunas relaciones entre los discursos estéticos del sello BAU y los nuevos procesos de posorganización de signos y espacios.

En el estiramiento del éter espaciotemporal es posible acceder a todos los lugares – donde se desarrollan los conciertos en vivo que no se presencian, o los que en la modernidad se inscribían en el ámbito de lo privado, como el hogar del artista- convertidos a su vez en entidades móviles que se desplazan a cualquier parte del mundo. Los momentos de la reproducción y el acceso se unifican, y la presencia masiva que está en lugar de aquella irrepetible -como diría Benjamin- se sobreimprime a la del destinatario, confiriéndole aún más ilusión de actualidad a lo reproducido.

En la solidez que se *liquidifica* en términos baumanianos, adaptándose al recipiente de la virtualidad y volatilizando la materialidad que lo conforma, hay algo que se niega y desaparece: no ya sólo el cuerpo de los músicos y de los que asisten a la música en su existencia material –esa presencia irrepetible-, sino también en su localización en tiempo y espacio, puesto que ya no importa dónde ni cuándo se produce el hecho musical.

Según Herman Parret el "grano de la voz" de Roland Barthes que persiste en la música instrumental -dice citándolo-, "es el *cuerpo*²⁸ dentro de la voz que canta, dentro de la mano que escribe, dentro de los miembros que ejecutan" (Parret, 1995: 90-91). Un cuerpo que es aprehendido en la escucha atenta de la *significancia* y que "tiene lugar en un espacio intersubjetivo, en el que 'yo escucho' también quiere decir 'escúchame'" (Barthes, 1986: 244). Así, "la carne de lo audible es más densa, más opaca, más erótica que la carne de lo visible, siempre más estructurada, más transparente, más cerebral" (Parret, 1995: 84). Queremos llamar la atención aquí acerca de cómo cuerpo y espacio se hallan entonces imbricados para el goce –cualquiera sea su tipo- de la música.

Veamos, por un lado, las cuestiones relativas a lo *signico* y *discursivo*. Si todo signo, como diría Peirce, "es lo que será más tarde" (*apud* Rocha Alonso, 2004: 1), ¿qué será, entonces, de la materialidad sonora y de su carácter fuertemente indicial que "crea las condiciones para una participación sensible del hecho musical"? (Rocha Alonso, 2004:

²⁸ En cursiva en el original

7).²⁹ Pareciera vislumbrarse un proceso de búsqueda no ya de predominio de lo significativo que remita a la corporalidad, sino más bien a una visualidad en cuyo orden significativo de preeminencia icónica se deshilachan los lazos con lo material de la música, para actuar como un nuevo mediador de la reproducción de la obra de arte. Una imagen que, cumpliendo el rol de velo que recubre esa carne, convierte a los cuerpos en presencias fantasmáticas.

Siguiendo a Peter Wade, para quien es necesario abordar la cultura tanto en el funcionamiento de las prácticas y el *modo-de-ser-en-el-mundo*, como en la trama en que se entretejen la representación y lo simbólico (Wade, 1999: 449), podemos señalar algunas cosas acerca de cómo se inscribe este proceso en el marco de las drásticas modificaciones sufridas en el campo de la música en vivo en Argentina, tras los sucesos acaecidos en el incendio del local República de Cromañón en el año 2004 mientras se brindaba un concierto de rock que dejó un saldo de 194 muertos.³⁰ Los reacomodamientos de mercado tendientes hacia la concentración, que facilitaron la permanencia y consolidación de los actores vinculados al espectáculo masivo o a la industria discográfica y del entretenimiento, y, por otra parte, el cercenamiento de espacios vinculados a prácticas artísticas y comunitarias³¹, propiciaron la apropiación por parte de la cultura mercantilizada de los espacios físicos materiales, a los que convierte en bastión. De esta forma, y en paralelo a la expansión de los negocios culturales en gran escala se expulsan las iniciativas de otro tipo, que se ven obligadas a resistir por su localización física o resignarse a su desaparición. En tanto sólo el *productivo*, el *rentable* y el *seguro* terminaron por ser los únicos habilitados –metafórica y literalmente, ya sean éstos lugares o los mismos músicos- para difundir obra artística arriba de un escenario (Corti, 2009), además de la resistencia material -política- queda la opción, si es que se cuenta con la posibilidad, de lanzarse a la abstracción del éter espaciotemporal al que hacen mención Lash y Urry, mediante la circulación de la música en el formato digital que viabiliza Internet.

En ese *mirar música*, en donde el ojo se antepone al oído, al olfato y a la sensibilidad completa del cuerpo, se revela la lucha por la posibilidad de compartir no sólo una sección de tiempo sino también un sector de espacio que son los que hacen posible acceder en tiempo vívido a lo que Alfred Schutz denomina “la corriente de conciencia del Otro en forma inmediata” (1977: 117). Evocando a este autor, reivindicamos la experiencia de ese flujo no

²⁹ Dice la autora: “no importa si se trata de obras que suscitan reacciones físicas de danza o movimiento o que las controlan o disuaden a partir de convenciones estéticas y sociales que distancian la música de sus escuchas”, señalando por ejemplo a uno de los claros gestos de las vanguardias de enfrentarse a las expectativas del público. (Rocha Alonso, 2004: 7).

³⁰ Sobre sus posteriores implicancias culturales, políticas y económicas, entre otras, podemos citar la instauración de una legislación no consensuada con los actores de la actividad que incluyó requerimientos poco claros y onerosos en materia de seguridad, cuyo incumplimiento fue penado con la clausura de los locales. Esto acarrió un proceso de concentración del circuito de la música en vivo en algunas pocas manos poderosas económicamente. Al respecto, ver Corti, 2009.

³¹ Esto último prácticamente se ha convertido en política de estado de la actual gestión cultural de la ciudad de Buenos Aires. Al respecto, ver nota en diario Página 12 de Buenos Aires, 13 de septiembre de 2009.

únicamente entre los que hacen música juntos en la verdadera relación cara a cara sino también entre quienes disfrutamos de la posibilidad que da la música de sintonizarnos comunitariamente.

REFERENCIAS

BARTHES, Roland. **Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces.** Buenos Aires: Paidós, 1986.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidad líquida.** Buenos Aires: FCE: 2003.

BAZZOLA, Guillermo. "ECM: El sonido de los '70". En **El Mensuario del Jazz Club**, Año 1 Nro. 9, Buenos Aires, mes de agosto, 1998.

BENJAMIN, Walter. **Discursos Interrumpidos I.** Buenos Aires: Taurus, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **La distinción.** Madrid: Taurus, 1984.

CALVI, Juan C. **¿Reproducción de la cultura o cultura de la reproducción?** Madrid: Universidad Rey Juan Carlos/Editorial Dykinson, 2008.

COOK, Robert. **Blue Note Records, The Biography.** Boston: Justin, Charles & Co, 2003.

CORTI, Berenice. **Identidad del "jazz argentino": Cultura y Semiótica de un discurso de interpelación.** Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales UBA, 2007a.

_____. **Las redes del disco independiente: apuntes sobre producción, circulación y consumo,** en VVAA, Las Industrias Culturales en la Ciudad de Buenos Aires, Concurso de Ensayos 2007, Trabajos Premiados. Buenos Aires: OIC, Subsecretaría de Industrias Culturales, GCBA, 2007b.

_____. **Redefiniciones culturales en la Buenos Aires post Cromañón: El debate sobre el vivo de la música independiente.** En Actas de la VIII Reunión de Antropología del MERCOSUR. Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martín, 2009.

DA SILVEIRA, Sergio Amadeu. **A música na época de sua reprodutibilidade digital.** En PERPETUO, Irineu Franco y DA SILVEIRA, Sergio Amadeu, O futuro da música depois da morte do CD. San Pablo: Momento Editorial, 2009.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura del consumo y posmodernismo.** Buenos Aires: Amorrortu, 2000.

LASH, Scott y John URRY. **Economías de signos y espacios.** Buenos Aires: Amorrortu, 1998.

LEÃO, João y NAKANO, Davi. **O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente.** En PERPETUO, Irineu Franco y DA

SILVEIRA, Sergio Amadeu, O futuro da música depois da morte do CD. San Pablo: Momento Editorial, 2009.

PARRET, Herman. De la semiótica a la estética. Buenos Aires: Edicial, 1995.

ROCHA ALONSO, Amparo. **La música / las músicas / cuerpo y discurso musical. Un enfoque peirceano del fenómeno de la música.** Buenos Aires: Cátedra Del Coto de Semiótica de los Medios II, Carrera de Ciencias de la Comunicación UBA, 2004. Disponible en <<http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/Musica%20musicas.doc>>. Consulta: 7 de agosto de 2009.

SCHUTZ, Alfred. **Making Music Together: a study in social relationship.** En DOLGIN, Janet, KEMNITZER, David y David SCHNEIDER (eds.) *Symbolic Anthropology: a reader in the study of symbols and meanings.* New York: Columbia University Press, 1977.

OTROS RECURSOS

BAU RECORDS, Canal en YouTube. Disponible en <http://www.youtube.com/user/BAUrecords>. Consulta: 1 de agosto de 2009.

BAU RECORDS, "Mirá Música", spot audiovisual. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=c4eshRcP8qE>. Consulta: 15 de julio de 2009.

FISCHERMAN, Diego. "Los músicos de jazz y sus nuevas alianzas para afrontar la crisis". **Diario Página 12**, Buenos Aires, 21 de febrero de 2002.

PRADINES, César. "Jazz argentino con sello propio". **Diario La Nación**, Buenos Aires, 26 de agosto de 2001.

S/A "El músico como trabajador", en **Revista Unísono**. Buenos Aires: UMI, edición especial de septiembre de 2008.

SLUSARCZUK, Eduardo. "Adrián Iaies: 'La canción es una entidad imbatible'". En **Diario Clarín**, Buenos Aires, 9 de julio de 2009.

RÍOS, Fernando. "Entrevista a Fernando Tarrés: La realidad del jazz argentino no es la que nos quieren vender". En **Revista Argentjazz**, mes de febrero de 2008. Disponible en [http://www.argentjazz.com/Fernando Tarres.html](http://www.argentjazz.com/Fernando%20Tarrés.html), Consulta: 7 de agosto de 2009.

VALES, Laura. "Ni un cacho de cultura. Desalojos y trastornos en los centros culturales porteños". **Diario Página 12**, Buenos Aires, 13 de septiembre de 2009.

TÉLAM. "La música local se mueve al ritmo de los sellos independientes". Sitio web de **Radio LT 24 Radio San Nicolás**, San Nicolás, 28 de septiembre de 2002. Disponible en <http://www.lt24online.com.ar/2002news/09/28d.html>. Consulta: 7 de agosto de 2009.

TÉLAM. "Sello de jazz rediseña sus contenidos pensando en la web". En sitio web **PuroJazz**, Monterrey CA, 31 de julio de 2009. Disponible en <http://www.purojazz.com/2009/07/sello-de-jazz-redisena-sus-contenidos-pensando-en-la-web/>. Consulta: 7 de agosto de 2009.