

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



Difusión y producción en la era digital: reconfiguración de la industria musical de electrónica experimental limeña bajo las nuevas prácticas de autogestión en Spotify y Bandcamp

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Marcelo Gabriel Carrion Alvarado
Código 20170296

Asesora

Caroline Cruz Valencia

Lima – Perú
Diciembre 2022

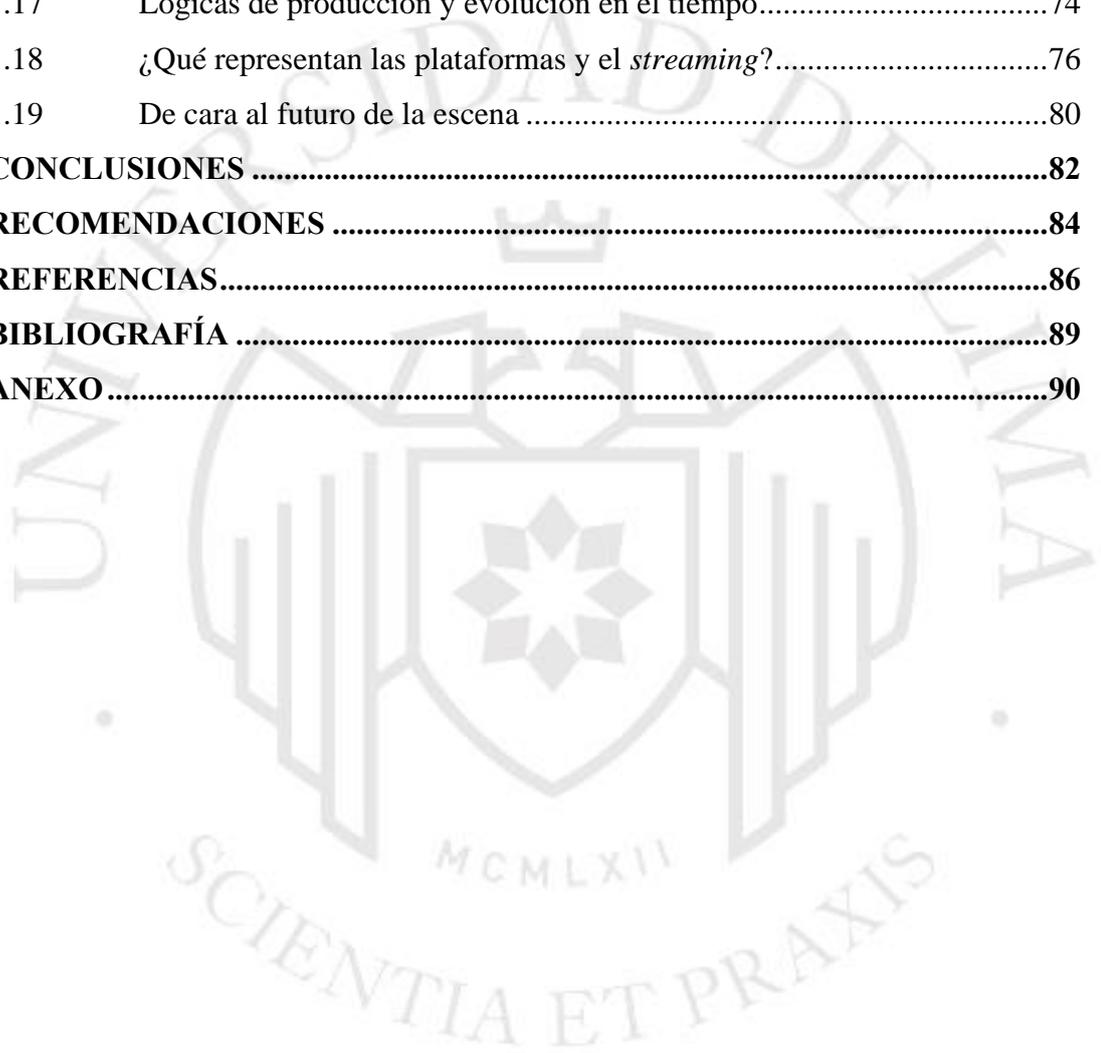


**DIFUSIÓN Y PRODUCCIÓN EN LA ERA
DIGITAL: RECONFIGURACIÓN DE LA
INDUSTRIA MUSICAL DE ELECTRÓNICA
EXPERIMENTAL LIMEÑA BAJO LAS
NUEVAS PRÁCTICAS DE AUTOGESTIÓN EN
SPOTIFY Y BANDCAMP**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I: PRIMERA APROXIMACIÓN A LA DIFUSIÓN Y PRODUCCIÓN EN LA ERA DIGITAL.....	5
1.1 Industrias culturales y música	5
1.2 Lógica de producción cultural	8
1.3 <i>Streaming</i> y plataformas	10
1.4 Música independiente y prácticas de autogestión	11
1.5 Objetivos de investigación	14
1.5.1 Objetivo general.....	14
1.5.2 Objetivos específicos	14
CAPÍTULO II: PRODUCCIÓN MUSICAL ELECTRÓNICA INDEPENDIENTE LIMEÑA.....	15
1.1 Música experimental: una definición.....	17
1.2 Música electrónica: revisión general	20
1.3 Llegada e historia de la electrónica en el Perú.....	23
1.3.1 Concepción de escenas y estado actual: de lo analógico a lo digital	25
CAPÍTULO III: EL ENTORNO DIGITAL: CAMBIO DE PARADIGMA	31
1.4 Advenimiento del <i>streaming</i>	32
1.5 Redes sociales: espacios de circulación y acceso	35
1.6 Producción musical independiente: estructuración.....	36
1.6.1 Sobre los sellos independientes	38
1.6.2 El caso de la electrónica experimental	40
CAPÍTULO IV: PRÁCTICAS DE AUTOGESTIÓN Y PLATAFORMAS: METODOLOGÍA.....	43
1.7 Guía de preguntas para las entrevistas en profundidad.....	45
1.8 Cuadro de observación y categorización de entrevistas	46
1.9 Análisis comparativo de plataformas.....	49
1.10 Teoría fundamentada	51
CAPÍTULO V: UN ACERCAMIENTO A LA ESCENA DE ELECTRÓNICA EXPERIMENTAL LIMEÑA	55
1.11 Prácticas de producción en la era digital.....	55
1.12 Prácticas de difusión en la era digital	56

1.13	La autogestión en la era de las redes sociales	58
1.14	Plataformas y el fenómeno del <i>streaming</i>	60
1.14.1	Digresiones sobre modelos de producción cultural en plataformas.....	61
CAPÍTULO VI: RECONFIGURACIONES Y ADAPTACIONES: ESTADOS Y TENDENCIAS DE LA ESCENA EXPERIMENTAL LIMEÑA.....		66
1.15	Profundizando las prácticas digitales.....	68
1.16	Redes sociales y entornos virtuales.....	71
1.17	Lógicas de producción y evolución en el tiempo.....	74
1.18	¿Qué representan las plataformas y el <i>streaming</i> ?.....	76
1.19	De cara al futuro de la escena	80
CONCLUSIONES		82
RECOMENDACIONES		84
REFERENCIAS.....		86
BIBLIOGRAFÍA		89
ANEXO.....		90



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Relación de entrevistados según sexo y rol predominante	44
Tabla 2: Muestra de ejemplo de tres entrevistas en el cuadro de observación y categorización de extractos.....	47
Tabla 3: Modelo de cuadro comparativo de Spotify y Bandcamp	50
Tabla 4: Cuadro de temas, variables y códigos de sistematización, bajo el modelo de teoría fundamentada.....	53
Tabla 5: Modelo de cuadro comparativo de Spotify y Bandcamp desarrollado.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proceso de un diseño sistemático según Hernández Sampieri (2014)	51
Figura 2: Proceso de diseño sistemático del proceso de entrevistas en profundidad	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: cuadro de observación y categorización de extractos de entrevistas	91
---	----

RESUMEN

El presente trabajo busca comprender los efectos del cambio de lógica de producción cultural en la industria musical electrónica experimental limeña a través de las nuevas prácticas de autogestión que surgen en la era digital. A través de entrevistas en profundidad semiestructuradas a actantes del medio y un análisis teórico fundamentado de las principales plataformas de distribución musical, Spotify y Bandcamp, se encuentra que lo digital produce un doble efecto: dar herramientas y empoderar a los músicos, pero en paralelo también presionarlos a acatar dichas herramientas y formas de producción, difusión y consumo bajo la lógica de producción que promueven las redes sociales y el *streaming*. Se hace énfasis en la mayor accesibilidad de herramientas y software de producción musical, así como una escena con miras a la internacionalización y la formación de colectivos que cercioren en la autogestión el desarrollo de la creatividad y la sostenibilidad en el tiempo.

Palabras clave: industria musical, electrónica experimental, era digital, lógica de producción, autogestión, Spotify, Bandcamp.

ABSTRACT

The present work seeks to understand the effects of the change in the logic of cultural production in Lima's experimental electronic music industry through the new self-management practices that emerge in the digital era. Through semi-structured in-depth interviews with actors of the medium and a grounded theoretical analysis of the main music distribution platforms, Spotify and Bandcamp, it is found that the digital produces a double effect: giving tools and empowering musicians, but in parallel also pressuring them to abide by these tools and forms of production, dissemination and consumption under the logic of production promoted by social networks and streaming. Emphasis is placed on the greater accessibility of music production tools and software, as well as a scene with a view to internationalization and the formation of collectives that ensure in self-management the development of creativity and sustainability over time.

Keywords: musical industry, experimental electronic music, digital age, cultural logic, self-management, Spotify, Bandcamp.

INTRODUCCIÓN

La industria musical limeña ha sido históricamente variopinta, cambiante y multifacética; pero, al mismo tiempo, incipiente y compleja en cuanto a la diversidad que presenta: los múltiples géneros y escenas que se han desarrollado en el tiempo han operado de formas particulares. Por un lado, la cara de la música “alternativa” limeña, durante muchos años ligada a las escenas *underground* y la ética *do it yourself* (“hazlo tú mismo”, también abreviado como DIY), se propició en espacios alejados de la esfera popular y el consumo masivo. En paralelo, la electrónica nació y se mantuvo durante muchos años como un afán académico y altamente experimental, uno que traería al Perú el *sampling*, el collage sonoro y las primeras gestaciones del ahora llamado arte multidisciplinario. Tras muchos años y géneros híbridos como el *synthpop*, el *techno* y el *noise*, dentro de un entorno turgurizado y de eclecticismo absoluto, lo “experimental” abarca nuevos espacios y géneros que salen de ese espíritu netamente *anti-mainstream* y académico de la génesis de la electrónica. La era digital revoluciona a todas las industrias culturales, incluida a la musical.

Con ello, entonces, se encuentra una necesidad de comprender cómo los nuevos fenómenos están afectando a este sector de la industria musical limeña. Las nuevas tecnologías digitales, bajo el dominio de las plataformas, producen un cambio en la lógica de producción cultural: el nexo entre la acción de los artistas y la cultura que la engloba. Es un cambio que afecta con mayor fuerza a músicos y productores independientes; proyectos y sectores autogestionados que encuentran pros y contras en las prácticas propiciadas por la era digital.

La presente investigación pretende describir la situación de esta industria cultural, con énfasis en el sector autoproducido, para poder profundizar en los cambios que se detectan en sus actantes y lo que el contexto y paradigma de producción cultural incentiva en los mismos; es decir, detectar las prácticas que realizan para poder comprender cómo este panorama termina produciendo una reconfiguración de la industria cultural en cuestión.

Para poder lograr los objetivos planteados, se propone una investigación cualitativa etnográfica-netnográfica, bajo la cual se pone un énfasis en las personas que forman parte de la industria musical alternativa limeña que se pretende describir; ello con el fin de explicar su relación con el contexto en el que se ven inmersas. Se plantea una serie de

entrevistas en profundidad semiestructuradas hacia músicos independientes, gestores musicales de escenas independientes y productores pertenecientes a sellos autogestionados. Por medio de las preguntas, se apunta a explorar las prácticas habituales que realizan respecto a la producción, distribución y difusión de su música, así como la razón tras las mismas y sus opiniones y sentires respecto a la situación en la que se ven enmarcados en su quehacer independiente.

Adicionalmente, se contrasta la información empírica con un análisis comparativo de las plataformas que enmarcan la investigación, Spotify y Bandcamp, según el modelo propuesto por Creswell (2007) y Hernández Sampieri (2014). Bajo este modelo, se delinearán las condiciones de producción y distribución que cada plataforma propicia, así como su lógica de producción y los efectos que tienen en artistas y difusores musicales. Finalmente, se generan categorías de clasificación que permiten una observación objetiva hacia el análisis comparativo al cruzar ambas páginas, permitiendo cotejar y contrastar la herramienta con fuentes secundarias y las entrevistas en profundidad realizadas.

Bajo la pregunta: *¿Cuáles son las prácticas de autogestión que caracterizan el cambio de lógica de producción cultural en la industria musical electrónica experimental limeña en la era digital?*; en los siguientes capítulos, se da contexto tanto a las distintas definiciones de lo que es la música experimental y la historia de la electrónica (sea a nivel global como su trayectoria en el Perú y en Lima, junto a la evolución de dichas escenas hasta la actualidad), como también a los distintos cambios que trae la transición de la música hacia terrenos digitales. Para ello, se revisan distintos fenómenos como el paso al modelo “Music 2.0”, la llegada y dominio del *streaming* en el consumo musical, las redes sociales y la producción musical independiente al medio de todos estos fenómenos. Posteriormente, se detalla la metodología empleada y elaborada en esta investigación para desarrollar los resultados de la exploración de campo realizada, así como el análisis multiplataforma.

La investigación encuentra validez en el campo académico tanto por la temática planteada como por la óptica aplicada, más aún en el contexto en el que se realizó el trabajo. En primer lugar, la temática de la investigación compara dos plataformas que se oponen en cuanto a su lógica y posicionamiento en la producción musical en medios digitales, ambas dominantes en su respectivo campo. Dada la marcada popularidad y hegemonía de Spotify (y otras similares) en el terreno del consumo musical por *streaming*, es importante

analizarla bajo una óptica de lógica de producción cultural y de industrias culturales debido a cómo su intervención y dominancia cambia el paradigma de la industria. Junto a ello, realizar una comparación y contraste con la plataforma Bandcamp facilita una perspectiva más holística, que explica algunos vacíos y problemáticas que se discuten en el terreno académico desde hace varios años. Comprender y describir cómo se reconfigura el terreno musical peruano independiente / experimental de la electrónica en la era digital es clave para entender hacia dónde van las tendencias de producción cultural en términos de exportación creativa y cultural, así como para comprender los fenómenos globales, la incidencia que tienen en el contexto local y hacia dónde enfocar la atención respecto a los cambios que las nuevas prácticas de difusión y producción tendrán en el futuro.

En esa línea, se busca que la investigación permita actualizar y hacer patente la situación de múltiples artistas y miembros de dicho sector de la industria musical limeña, así como la manera en que la autogestión afecta a las prácticas propias de lo digital, ahora más primarias y esenciales. De esta manera, se pretende ayudar, por medio de la información recabada, al trabajo académico y empírico a través de propuestas que partan de la situación y problemáticas / características evidenciadas, con el fin de poder ahondar en el futuro del sector y los fenómenos a observarse con mayor detenimiento.

CAPÍTULO I: PRIMERA APROXIMACIÓN A LA DIFUSIÓN Y PRODUCCIÓN EN LA ERA DIGITAL

La revisión de textos afines a la investigación para la elaboración del estado del arte tuvo como ejes las industrias culturales, la noción de *lógica de producción cultural*, el fenómeno de las plataformas de *streaming* y las prácticas de autogestión en la música independiente. En capítulos posteriores se ahondará en el contexto y evolución histórica de la electrónica experimental, desde su inicio hasta su llegada al Perú. De igual manera, se discutirán los principales fenómenos que la era digital trae a la música, con especial énfasis en el *streaming*, las redes sociales, y la producción musical independiente.

Antes de ello, el capítulo presente pretende servir como un marco de entrada hacia los fenómenos que se desarrollarán en el análisis del trabajo de campo, y que enmarcarán la revisión teórico-histórica sobre las dos mitades de la investigación: la electrónica experimental en Lima y la producción musical en la era digital. Para poder dar sentido a esta revisión, se prioriza la definición de industrias culturales y la “lógica de producción cultural” (Jameson, 1991).

1.1 Industrias culturales y música

La noción de *industria cultural*, entendida bajo la misma base acuñada por Adorno y Horkheimer a finales de la década de 1940, se entiende como una comprensión plural y estructurada de un sistema de producción y distribución / difusión de bienes culturales; por ello, es un concepto que resulta crucial al aproximarse hacia la industria musical en el siglo XXI. Es importante precisar que tiende a usarse este término como sinónimo de *industrias creativas*¹, por lo que también se le junta (dada la naturaleza de sus bienes y servicios) con los derechos de propiedad intelectual que usualmente las rigen y protegen. Se resalta a la creatividad como elemento central y común denominador de ambos conceptos, habiendo un componente subjetivo distintivo que las desmarca de otras industrias, siendo las industrias culturales intensivas en gente más que en capital

¹ Bajo las definiciones más recientes de la UNESCO, las industrias creativas suponen un concepto más amplio de actividades que contendrían a las industrias culturales, si bien se encuentra que su separación sigue siendo debatible (Tomczak and Stachowiak, 2015); polémicas del estilo llevan a que la misma UNESCO facilite la utilización de un término unificado de cara a la realización de políticas públicas: industrias culturales y creativas (Herazo Avendaño et al, 2018).

(Leadbeater y Oakley, 2002: 14). Las personas son, por lo tanto, una parte central de este concepto bajo la exploración teórica posterior.

Autores como David Hesmondhalgh analizan las tensiones entre comercio y creatividad en libros como *Creative Labour: Media work in three cultural industries* (2013), aplicando una óptica etnográfica para entender y analizar a profundidad las dinámicas, interacciones y manifestaciones producidas por el choque entre el modelo económico capitalista y las industrias culturales. La aproximación etnográfica planteada muestra entrevistas semiestructuradas y observación participante que, complementadas con la revisión de fuentes secundarias, explora cómo se dan las tensiones entre creatividad y comercialidad.

Este ángulo resulta importante en relación a la exploración del sector seleccionado por las perspectivas que utiliza para ver estos fenómenos. Desde el mercado hasta la sociología, se discuten conceptos como la digitalización de las industrias culturales, la autonomía creativa y la labor creativa bajo la óptica de los estudios culturales. El autor enfatiza algunas fuerzas como “marketing y eficiencia, centralización del control, y la obligación de hacer redes de contactos” (p. 86); estas son vistas dentro de las tensiones entre comercio y creatividad en las industrias culturales a través de sus actantes.

En contraposición, llama la atención lo escrito por George Yúdice (2013) sobre la distribución de la *creatividad* o de la producción cultural en la última década. La comparación que aplica contrapone a las grandes empresas con los modelos alternativos, usualmente independientes y más rústicos, donde las prácticas cambian en reacción a lo realizado en las grandes empresas movidas por las grandes ganancias. Las buenas prácticas, como las llama Yúdice, “proveen una alternativa para la producción de renta necesaria para seguir adelante”.

Los casos explicados por este autor, si bien más antiguos a lo visto últimamente en el asentamiento de la era digital, sirven como analogía de un fenómeno que Srnicek (2017) muestra que ha seguido cimentándose en años recientes, y que Yúdice desarrolla al hablar del modelo *Music 2.0*. En una revisión teórica, Karla Zavala (2015) comenta:

El pago por una fuente ilimitada de contenidos musicales en base a una suscripción mensual, responde a las características de la música digital: ubicua y fluida. Tal como sucede con los servicios de agua o electricidad. Es por eso que la música pasa de ser un producto a ser un servicio (p. 49).

Se comprende a la *música 2.0*, entonces, como dicha transición o *commodification* que el ecosistema digital produce en la música, donde se prioriza el acceso total y permanente a un servicio. La fluidez es clave. Por ello, se revisará el desarrollo de este concepto según la evolución que ha tenido en años recientes, en un entorno cada vez más turgurizado que resulta más diverso y complejo de entender desde la producción y el consumo.

Por otro lado, son dinámicas que han de entenderse no solo en lo digital, sino también en lo independiente. Para estas industrias, se comprende que “la independencia no deriva de prescindir de apoyos públicos o privados, [sino que] reside en la libertad creativa con que fijan sus objetivos, eligen contenidos y administran sus trayectorias” (García Canclini, 2013, p. 18).

En el contexto latinoamericano, autores como García Canclini proveen un marco importante en relación a las industrias culturales al analizar y exponer la producción musical en los jóvenes, así como los distintos patrones que irían a acrecentarse con la llegada de la era digital, las estrategias que utilizan y cómo se ven enmarcadas en un contexto internacional que presiona a los artistas. En su libro *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (2013), el autor desarrolla una aproximación antropológico-etnográfica hacia la utilización de las tecnologías digitales por parte de los jóvenes. Se encuentra una configuración compleja en la que las nuevas formas de producción no solo funcionan como respuesta al neoliberalismo, sino que producen nuevos espacios de creatividad y empoderamiento con las nuevas tecnologías, más allá de las dificultades inherentes en su promoción. Como indica García Canclini (2013):

Entre una estructura industrial de producción cultural que se transforma lentamente y sociedades que generan iniciativas de creación y comunicación frágiles, las tendencias y ‘las aptitudes económicas tienen antes una función de sostenibilidad que de lucro’ (Rowan, 2010: 167).

Hacia ello, el texto plantea algunas características centrales vistas en relación a los jóvenes músicos y el acceso a las redes digitales:

- Mayor apertura a los sucesos globales.
- Disposición de conexión permanente.
- Capacidad multitarea y versatilidad de labores / oficios.
- Interacciones sociales y cooperación entre micro comunidades con mayor facilidad.

- Intertextualidad e interdisciplinariedad.

Estos elementos resultan marcos centrales en la producción musical independiente y comienzan a echar luces respecto a cómo estos fenómenos producen un cambio en las prácticas de los artistas, en su mayoría jóvenes. Esta línea muestra una evolución similar a la rastreada por Alvarado (2015) en relación a las escenas experimentales en el contexto peruano en los últimos años. Se hace un especial énfasis en relación a la democratización del acceso a tecnología y medios de producción artísticos, reflejado en una mayor diversidad cultural respecto a quiénes pueden hacer música. Son fenómenos que producen una reconfiguración en las formas de producción e influyen en las personas que participan en estas industrias, como señalan Herazo Avendaño et al (2018):

(...) solo aquellas organizaciones capaces de percibir los cambios emergentes en el mercado, y que se adelanten a responder de forma creativa a las nuevas dinámicas sociales, son capaces de permanecer en su sector productivo puesto que están inmersas en los cambios mismos del consumidor y su entorno (p. 56).

1.2 — Lógica de producción cultural

A nivel teórico, el análisis de las industrias culturales se enmarca bajo la lógica cultural que promueve la tendencia o sistema que las acoge. La lógica de producción cultural se entiende, por lo tanto, como el conjunto de condiciones y tendencias que un marco contextual determinado ejerce y convierte en norma hacia las personas involucradas en el mismo: *el nexo entre cultura y acción*.

Por medio de textos canónicos como *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* (1991), Fredric Jameson es de suma relevancia si se quiere discutir sobre la lógica de producción cultural en sociedades del capitalismo tardío o neoliberales. El crítico provee ejes de análisis en relación a las características que el posmodernismo añade al capitalismo tardío:

- Nuevas formas de organización de negocio (ej.: multinacionales y transnacionales, algo reforzado en la era digital).
- Internacionalización de las empresas (las cuales representan una identidad más allá de su país de origen).

- Nuevas formas de interrelación mediática bajo las cuales se permea una percepción de la realidad distinta (usualmente basada en los valores capitalistas).
- Automatización computarizada (relacionado a las nuevas capacidades de producción en masa y manejo de información).

Es un contexto analítico también profundizado por Harvey o Fisher, en el que la vida cultural a menudo se considera fuera y no dentro de la lógica de producción capitalista, donde la naturaleza expansiva e imperialista del funcionamiento socioeconómico global somete a cada vez más áreas de la vida cultural al efectivo y circulación de capital (Harvey, 1998). Es decir, hay un énfasis en la naturaleza transformativa y especulativa del capital como un factor central respecto a las tensiones entre comercio y creatividad, explorado anteriormente con los trabajos de campo de otros autores como Hesmondhalgh y García Canclini.

¿Cómo traer estos conceptos a los entornos digitales y los nuevos modelos económicos? Lawrence Lessig es un autor importante al tratar industrias culturales y el efecto de ciertas regulaciones bajo una economía híbrida. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy* (2008) profundiza en los efectos que tendría el internet a nivel social, y cómo ello afectaría el consumo y producción hasta llevar a una *cultura remix* o cultura de remezcla. Es decir, cómo el internet y el lenguaje multimedia citan y combinan distintas influencias y trabajos para crear algo nuevo, similar al *sampling* o muestreo que caracteriza a géneros como el hip-hop.

Las interacciones que la nueva lógica de producción promueve en pos de incrementar la creatividad se ven afectadas por el marco legal que las rodea respecto a los derechos de autor y las presiones comerciales de un modelo tradicional y de consumo aplicado al terreno digital. Taras preexistentes a lo *tangible* se trasladan a lo digital, generando baches innecesarios y restrictivos en un modelo orientado hacia el acceso ubicuo a la información y la democratización de la producción cultural.

Se tomará el concepto de *cultura remix* y las culturas que compara, así como la noción de economías híbridas (creación de valor y data junto a fines comerciales y monetarios) para la revisión posterior de plataformas como Spotify y Bandcamp, las cuales enmarcan a esta investigación. De igual manera, se reevaluarán las conclusiones y preocupaciones que Lessig expresa (sobre todo en relación al sector creativo más joven) en relación a las

complicaciones del copyright en la creación cultural, la desmotivación de la creatividad y los efectos de la naturaleza híbrida del internet.

1.3 *Streaming* y plataformas

Al estudiar las condiciones de lógica cultural de una cultura de remezcla, es importante hablar del concepto de *plataformas*. Srnicek (2017), en su exposición y amplia discusión sobre el poscapitalismo y el capitalismo de plataformas, ayuda a ver los patrones que las plataformas digitales traen y promueven en relación a la producción cultural en los últimos años. El autor, en esa línea, argumenta que el modelo de negocio imperante en esta nueva fase del capitalismo se evidencia en las plataformas, las cuales extraen, analizan y utilizan la *data* o información que tienen para fines comerciales a través del encuentro de dos o más grupos que interactúan (usualmente consumidores y productores).

Bajo esta óptica, las plataformas se caracterizan por buscar la interacción y generación de información, haciéndolas idóneos servicios vivos en el tiempo. La monetización, sea por suscripción (*plataformas de productos*) o comisión por intermediación (*plataformas austeras*), permite comenzar a categorizarlas y esbozar diferencias entre las mismas. Estas categorías dan un trasfondo previo a la revisión y análisis comparativo de plataformas musicales como Spotify y Bandcamp, además de esbozar tendencias futuras del capitalismo de plataformas (sobre todo las relacionadas a tendencias monopolísticas y modelos de monetización directa) como parámetros a considerar. Es decir, se utilizará la definición y clasificación de plataformas para poder, con mayor efectividad, enmarcar las prácticas que se producen en (y en consecuencia de) las mismas, a través de sus distintos participantes, en este caso en la industria musical.

Son conceptos que también toman autores como van Dijck et al. (2018) en su planteamiento de la sociedad de plataformas: el ecosistema que producen según su forma de recolectar data y los mecanismos que interactúan en las mismas. A través de procesos de mercantilización (*commodification*) y selección de información, las plataformas ponen en interacción tecnologías, estrategias comerciales y prácticas de usuario desarrolladas por distintos actantes y organizaciones. En dicho terreno es que se encuentra una intersección entre las maneras en las que una lógica basada en plataformas modifica las prácticas de los usuarios, tanto en su rol de consumidores como de productores:

(...) optar por no participar no es una opción para los usuarios que desean participar en la sociedad o que simplemente necesito ganarse la vida. Cuanto más se convierte el ecosistema en un conector global servicios públicos, como infraestructura, los ciudadanos se vuelven más dependientes de ese sistema para sus actividades privadas, públicas y profesionales (van Dijck et al, 2018, p. 149).

Otros autores como Witt y Wikström (sobre quienes se ahondará en capítulos posteriores) llevan un análisis a nivel macro respecto a cómo la llegada del fenómeno del *streaming* (ejemplificado en plataformas como Spotify) cambia las reglas del juego en el terreno de la distribución y difusión musical, por medio de:

- La nueva lógica que impone la mercantilización de *data*, promovida por el capitalismo de plataformas.
- Los problemas en el tiempo en términos de sostenibilidad económica y manejo de derechos de propiedad intelectual, en la relación entre artistas y sellos discográficos.

Se plantea una dicotomía en interacción y fricción constante entre dos elementos: el dominante modelo de escucha y difusión por acceso por medio de servicios de suscripción, basados en el contexto y personalización individual de la experiencia de escucha (Wikström, 2013); y las plataformas orientadas al productor con sistemas de producción y consumo directo con menores intermediarios y venta directa, con sitios como Bandcamp siendo usualmente vistos como refugios para la música *alternativa* (Hesmondhalgh, 2019). Aún en las dinámicas digitales y la lógica dominante de plataformas, las investigaciones recientes muestran que en ellas se recrean muchas de las divisiones y tensiones vistas en los modelos tradicionales.

1.4 Música independiente y prácticas de autogestión

Respecto a la misma música independiente, alternativa o experimental, las investigaciones de campo realizadas en torno a dichas categorías tienden a utilizar como ejes las prácticas de producción, distribución y promoción musical de los artistas. Estos ejes prueban poder examinarse bajo varios lentes; sin embargo, mostrando curiosas intersecciones entre distintos países de Latinoamérica en cuanto a similitudes de problemáticas, características de grupo e identidad.

Lamacchia en *La música independiente en la era digital* (2017) da una base para investigaciones del estilo en el contexto argentino, a través de un marco etnográfico con entrevistas en profundidad y observación de medios digitales. Los capítulos tratados plantean una referencia cercana al considerar los conceptos de industrias culturales, modelos de negocio y tipologías de la música independiente, su quehacer e interacción con las tecnologías digitales, así como el cambio de lógica de producción en la industria musical, como consecuencia del desplazamiento de los formatos físicos, en beneficio de las plataformas digitales.

Las conclusiones obtenidas en el estudio respecto a las dificultades y oportunidades para los músicos independientes serán tomadas en cuenta en la elaboración de las herramientas de investigación. Estas enfatizan los problemas que traen las plataformas digitales imperantes, que tienden a no propiciar un pago de parte de los consumidores hacia los músicos, o que este resulte mínimo, aunque representan oportunidades comerciales en temas de difusión y llegada a mayores públicos; los roles se convierten en difusos con el empoderamiento de la autogestión y la autoproducción, y “los músicos acuden a las nuevas tecnologías de la información para paliar en las vías digitales la falta de espacios y oportunidades en el ‘off line’” (Lamacchia, 2017, p. 185).

En *Músicos independientes mexicanos. Distribución, promoción y comercialización de sus creaciones* (2016), el investigador Torres Osuna desarrolla problemáticas similares en su investigación, pues centra su atención en las dificultades que suelen presentarse en el entorno musical independiente en México. Al respecto, el autor resalta la llegada hacia los usuarios (haciendo énfasis en el demérito de la distribución *offline* a favor de las nuevas plataformas de *streaming* y venta), la relación con los sellos discográficos y las fuentes de ingresos de los músicos. Se toma como referencia la diferenciación realizada entre los sellos discográficos mayores o *majors* y los sellos independientes o Pymes, así como las dificultades que presentan las relaciones comerciales que estos tienen con los artistas, de cara a las nuevas prácticas que se realizan alrededor del marketing digital, para generar ingresos y lograr rentabilizar. La metodología de cuadros comparativos y entrevistas a profundidad serán métodos igualmente referenciales, con los cuales se podrán explorar algunas hipótesis esbozadas como conclusión, sobre todo en relación a la voluntad de pago por productos culturales y la excesiva oferta de proyectos musicales en la actualidad.

En el contexto peruano, la investigación de Romero sirve en múltiples frentes, algunos de los cuales incluso podrían considerarse operativos. Tomando como referencia *Todas las músicas: Diversidad sonora y cultural en el Perú* (2017), la recopilación de diez ensayos del libro provee múltiples enfoques de distintas escenas que terminan conformando una radiografía completa y que ayuda a tomar un primer marco referencial en relación al contexto de la música en el Perú. Es de especial importancia, como expone el primero de los trabajos recopilados, que el libro plantea y legitima a la etnomusicología como un campo de investigación y estudio en sí mismo, así como su enfoque hacia las prácticas sociales al añadir al *estilo* entre las dimensiones usualmente estudiadas (estructura y normas). Es decir, estudia la música remarcando las dimensiones culturales y sociales de la misma, más que un punto netamente sonoro, como una etnografía musical si se quiere.

La reseña histórica de Alvarado (2015) sobre la música electrónica en el Perú dentro de dicho libro (sobre la cual se hará una exploración más pormenorizada en el siguiente capítulo) resulta una revisión completa, detallada y que ayuda a realizar una primera aproximación a cómo se han desarrollado distintas corrientes del género en el país. El trazo histórico pasa desde el academicismo vanguardista hasta las escenas híbridas y de fusión que caracterizan al panorama actual, además de plantear a distintos artistas y sellos destacados de cara a una aproximación etnográfica. Gonzales (2012) y Apolo Valdivia (2018) describen con mayor detalle los distintos fenómenos de descentralización y democratización de acceso respecto a las herramientas de producción y difusión que se han producido históricamente en estas escenas musicales, tratando a la vez fenómenos de cultura libre y derechos de autor, los sellos independientes en el Perú y la difusión / distribución de contenidos en sus distintos formatos (y la carencia de un marco legal pertinente a la gestión de contenidos en internet en el contexto local).

Sobre la multiplicidad de conceptos y fenómenos presentados, es posible argumentar que hay diversas intersecciones comunes entre contextos y tiempos, todas enmarcadas en las prácticas de producción y difusión musical de los artistas bajo un entorno digitalizado. Se evidencian, como anticipo al marco teórico y el trabajo de campo, que la lógica de producción cultural se encuentra en la manera cómo la cultura presenta la acción de los actantes y la condiciona. En ello se encuentra el centro y objetivo de este trabajo.

1.5 Objetivos de investigación

En relación a la revisión realizada y los ejes temáticos planteados, se tienen en consideración los siguientes objetivos de investigación:

1.5.1 Objetivo general

Comprender los efectos del cambio de lógica de producción cultural (tensiones entre cultura y acción) en la industria musical electrónica experimental limeña, a través de las nuevas prácticas de autogestión que surgen en la era digital.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar las prácticas de autogestión digital dadas en músicos y productores limeños en términos de difusión y producción musical.
- Describir las limitaciones y desafíos que los derechos de autor y las regulaciones en entornos digitales presentan a la distribución y producción de música experimental en Lima.
- Explicar los factores y fenómenos vistos en plataformas como Spotify y Bandcamp, que producen una reconfiguración en la industria musical de electrónica experimental limeña contemporánea.

CAPÍTULO II: PRODUCCIÓN MUSICAL ELECTRÓNICA INDEPENDIENTE LIMEÑA

Existen varias aproximaciones respecto a qué puede definirse como independiente, dado que hay múltiples aristas bajo las cuales dar dicho calificativo. ¿Es independiente la música que se produce bajo un sello, aunque este no tenga la presencia o magnitud de las denominadas *majors*? ¿Lo independiente es una cualidad estilística o procedural? En el terreno de la electrónica experimental y de una investigación cualquiera, es importante tomar en cuenta dichos fenómenos en consideración, pues en muchos casos se heredan adjetivos descriptivos atados a una tradición que ya no aplica en contextos actuales. Las viejas dicotomías que articulaban los discursos entre lo comercial y alternativo, lo masivo y lo independiente, no parecen tener la fuerza de antaño (Fouce, 2012, p. 183).

Autores como Lamacchia (2017) atan la concepción de lo independiente al quehacer que parte de la autogestión, en vez de a una estética particular; sin embargo, también resulta importante no dejar de lado la concepción de lo independiente como “resultado de fuerzas específicas de arraigo histórico y que se articulan en una totalidad social dada” (Quiña, 2012). Es decir, distintas prácticas y sensibilidades estéticas están atadas a lo independiente, aún con el difuminado de las barreras entre lo independiente y lo *dependiente*; entre lo comercial y lo artístico; entre lo experimental y lo no-experimental.

Son estas tres barreras las que han de acotarse en relación a tres características respectivas que se determinan como centrales para cada una:

1. La *autogestión* entre lo dependiente y lo independiente.
2. La *autonomía creativa* entre lo comercial y lo artístico.
3. La *remezcla* y los nuevos géneros musicales entre lo experimental y lo no experimental.

La labor autogestionada, en primer lugar, parte de la noción del músico independiente como gestor de múltiples labores del proceso de producción musical, así como de la distribución y difusión. Si bien es una característica que separa marcadamente a la música independiente de la que depende de actores externos (usualmente vistos en los sellos discográficos más grandes), también prueba ser una definición escueta al tratar casos

específicos. La era digital fomenta prácticas que recrean ambos modelos, por lo que se encuentran situaciones en las que los músicos pueden catalogarse como independientes sin dejar de colaborar en ciertas partes del proceso productivo con otros actores, solo que de forma desestructurada. Como comenta Lamacchia (2017), a diferencia de otros tiempos, los músicos en general pretenden delegar algunas funciones, pero conservando al mismo tiempo su autodeterminación, su libertad artística y el poder de decisión sobre su obra (p. 115). Ello implica una nueva concepción respecto al quehacer independiente donde entra a tallar la diferenciación entre lo micro y lo macro.

La autonomía creativa, entonces, funge como otro factor diferencial al permitir establecer un eje de escala para la producción independiente. Quiña (2012) desgrana las prácticas musicales independientes en tres tipos, relacionados al eje mencionado: la percepción de una industria cultural emergente pequeña, la priorización del contenido musical como ejercicio creativo y la producción artesanal en condiciones diversas (no siempre ideales), debido a la diferencia de presupuesto. En este punto también vale acotar que la concepción de autonomía creativa como motor de la música independiente no conlleva a una dedicación al *arte por el arte* en completo demérito de un fin comercial determinado (aún si usualmente se trata de músicos cuyo único sustento no es la producción musical). La autonomía creativa prioriza el producto musical antes que los objetivos monetarios, pero no pierde de vista la segmentación y apelación hacia un público determinado; en ello se encuentran elementos contradictorios en tensión, donde se usan plataformas (necesarias) y tradiciones heredadas del *mainstream*, pero fuera de sus circuitos habituales y comerciales (Quiña, 2016).

Frente a lo concerniente entre lo experimental y no experimental, las definiciones se tornan más gaseosas. La noción de remezcla o *remix*, entendida bajo la concepción de Lessig (2008), conlleva a que en muchas ocasiones las distinciones entre los antiguos grandes géneros musicales decaigan en pos de descriptores específicos para cada escena. Es en esa línea que hablar de electrónica es también un terreno complejo, pues conlleva una aproximación hacia la música tan ligada a la vanguardia como a la música más arraigada al *mainstream*. Son estas mezclas inusitadas entre las sensibilidades experimentales y los géneros populares los que producen subgéneros musicales tan particulares como el *synthpop* o el *electro-industrial*, los cuales convivieron en paralelo tanto en los nichos como en las radios. La música independiente, así como su variante

electrónica, se caracteriza por jugar con esos géneros, y esto puede ir desde las fusiones más inusitadas y que apelan a un público que busca nuevas alternativas al *mainstream*, hasta los experimentos de una tradición más académica de la música y que apela a sensibilidades mucho más específicas y *underground* (grupos minoritarios en los circuitos más periféricos de las industrias musicales).

Sin embargo, aún con una contextualización de las características de lo independiente, el terreno de las definiciones respecto a la música en sí requiere una revisión histórica específica para entender sus dinámicas.

1.1 Música experimental: una definición

De entrada, es importante reconocer que llamar a un producto musical *experimental* no revela tanto como podría indicar la corriente más académica de esta música; resulta todavía más confuso cuando uno de los autores canónicos en el campo, Michael Nyman, da una explicación extensa del término para luego negarse a dar una definición formal²:

El término *música experimental* es una de las categorizaciones más nebulosas en la música occidental contemporánea. Una simple búsqueda de internet bota confusos e inclusive cómicos resultados, como un artículo llamado ‘¿Qué es lo que música experimental siquiera significa ahora?’, asociando el término con *noise*, música pop, *free jazz* y música electrónica (Tavolacci, 2017, p. 1).

La experimentación en la música usualmente puede *definirse*, entonces, por aquello que *no* es, así como ciertos procedimientos y *modus operandi* aplicados hacia la realización experimental. En esa línea, el mismo Nyman (1974) destaca tres unidades musicales resaltadas por el compositor John Cage, las cuales se describen a continuación:

- Composición. La aproximación no está basada en una sucesión de acordes y símbolos musicales que reproduce y toca el músico, sino que puede darse por medio de anotaciones indicativas (como la afamada pieza *4'33* de John Cage) o de procesos en los que se experimenta con métodos como la repetición, las condiciones variables de un contexto físico dado y los procedimientos electrónicos, entre los que se encuentran los sintetizadores y moduladores

² Se hace referencia al libro de Nyman *Experimental Music: Cage and Beyond*, publicado en 1974 y reeditado en 1999, versión consultada para esta investigación.

utilizados para la improvisación compositiva y la modulación del tiempo por medio de la intervención electrónica, entre otros a detallarse posteriormente.

- *Performance*. La música experimental tiende a aproximarse hacia el acto performativo como una parte de la música en sí misma en vez de una reproducción y réplica de su contraparte grabada y compuesta; usualmente ello se manifiesta por medio de indicaciones abiertas que dan lugar a la improvisación, intervención de los propios instrumentos utilizados para producir los sonidos (o la omisión de los mismos, según sea el caso), así como el uso de no-instrumentos musicales para aportar a la performance.
- Escucha / audición. Ligada a cómo se concibe la relación entre el compositor / músico y el oyente; es decir, qué se le pide al público si es que no se le relega a una posición pasiva, hacia dónde quiere dirigirse su enfoque y atención, cuál es el concepto detrás que moldea la experiencia en relación a la escucha y al acto performativo.

Puede decirse que, en su núcleo, lo experimental se relaciona con aquello que es innovador, desconocido, no probado e inexplorado (Tavolacci, 2017). Esto marca una diferencia hacia las catalogaciones tradicionales vistas en la música popular de las últimas décadas, en las que las categorizaciones parten de características comunes respecto a la instrumentación, principios de composición y escena sociocultural que contextualice cómo se enmarca en un espectro mayor. Usualmente es respecto al *no-ser* que se repite el término *no tradicional*. Resulta importante remarcar que ello refiere a las tradiciones de teoría y composición musical occidental bajo las cuales se moldearon los géneros que han dominado, en sus respectivas décadas, la música popular. El jazz, el rock, el pop, la electrónica y el hip hop son algunos géneros musicales amplios que, si bien contienen distintos sub movimientos, y algunos ligados a la vanguardia, parten de una forma u otra de estos principios.

La música experimental, si se quiere, puede definirse en sus aproximaciones radicales hacia el quehacer de la producción musical y su sonido. Es bajo esa lógica que los *géneros* que se encuentran bajo lo experimental y lo vanguardista (que, si bien no atacan precisamente lo mismo, comparten las categorizaciones mencionadas y por lo tanto se verán como afines en la exploración posterior) se conciben más como prácticas de experimentación sonora, las cuales varían ampliamente según de qué tradición musical

vienen o cuál es el *ethos* que las motiva. Es decir, se encuentran herramientas que pueden compartir espacios con géneros populares y establecidos, pero que les dan un giro particular o preceden a su incorporación al *mainstream*.

En un primer momento, el hablar de autores marca dos líneas antes mencionadas: la vanguardia, inicialmente vinculada a la música clásica, y lo experimental, ligado a la deconstrucción de todo lo anterior.

La vanguardia musical, que parte del clásico moderno, está inherentemente ligada al academicismo, como históricamente lo fue esta forma de música occidental. Teóricos y compositores como Arnold Schoenberg, Pierre Boulez, György Ligeti y Karlheinz Stockhausen sientan las fundaciones de la música experimental al comenzar a reaccionar a lo que caracterizó a la música clásica y distorsionarlo, dando las bases de la atonalidad, los sonidos industriales y el minimalismo.

Estos principios son los que influyen en músicos como John Cage, Luigi Russolo, Morton Feldman y La Monte Young (entre varios otros), quienes traerían aproximaciones más extremas hacia la música y el arte sonoro en un terreno más amplio, dando pie hacia una mayor democratización de la experimentación. Los músicos anteriores contaban también con un trasfondo académico, pero la influencia de las herramientas que trajeron con la intervención no tradicional en los procesos de composición, performance y escucha repercutieron en otros géneros que comenzaron a tener vertientes más radicales influenciadas por estos postulados, tales como el jazz y el rock en la década de 1960.

Por ello, cabe recalcar que las definiciones y las características no son ni estrictas ni excluyentes. Si bien se tomarán tanto los principios de Cage y Nyman (1974) bajo la óptica de Tivolacci (2017), una pieza de música experimental casi por definición no puede restringirse respecto a qué tan experimental es. The Velvet Underground, una de las bandas canónicas de la música *underground*, utilizaba muchos de los principios de la música experimental y venía desde una aproximación de influencia clásica moderna, pero es categorizada ampliamente como una forma de rock. Con ello, se quiere llegar a que el carácter ecléctico de la música popular genera estas intersecciones en las que se considerará también a aquellos subgéneros de un espectro popular que apliquen algunas de estas aproximaciones radicales hacia la producción musical. No se incluye únicamente a géneros más extremos como el *noise*, el *drone*, la electroacústica o los *plunderphonics*,

sino que también se trata de la aplicación de estos en otros géneros más amplios como la electrónica, el hip hop (que tuvo como base a la democratización del *sampling*) o el *ambient*. Suele ser la introducción de nuevas tecnologías, finalmente, la que promueve esta exploración de nuevas aproximaciones a géneros conocidos.

1.2 Música electrónica: revisión general

Un paso por la electrónica como género musical también conlleva reconocer que es, en igual medida, una aproximación musical y una decisión estilística. No comienza, pues, como un género en sí mismo, sino con la presencia y experimentación de las máquinas y las frecuencias y sonidos artificiales, que irían convergiendo en formas y prácticas comunes en un proceso que comenzó a inicios del siglo XX y logró consolidarse en las décadas de 1960 y 1970.

Al igual que en la poesía y las artes plásticas, los músicos se contagiaron de esta percepción del arte como investigación abierta, exploración y al mismo tiempo reflejo de su tiempo y su sociedad. A consecuencia de ello, el mismo lenguaje de la música mutó hasta ser completamente reinventado (Blánquez y Morera, 2002).

Hablar de la electrónica implica, necesariamente, comenzar desde la vanguardia. Luigi Russolo, miembro del futurismo italiano, fue el pionero en producir máquinas que pudiesen producir y emular sonidos en 1910³, además de componer piezas destinadas a ejecutarse únicamente con dichas máquinas. Algunos instrumentos posteriores como el teremín y las ondas Martenot cobrarían relevancia en otros terrenos como el cine y en compositores vanguardistas como Edgard Varèse.

Ninguno, sin embargo, impactaría tanto como la invención del sintetizador y la cinta magnética en la década de 1950, siendo el primero la herramienta fundamental de la música electrónica y su cimiento base hasta la llegada del software y las herramientas digitales. Los primeros usos de ambos emisores de sonidos artificiales predominarían tanto en las bandas sonoras de películas como en la música experimental de Karlheinz Stockhausen y el ya conocido John Cage. Estos nombres resaltan al ser quienes comenzarían a llevar la experimentación de las cintas y máquinas de estudio de versiones

³ Información de referencia tomada del capítulo de Rosell del libro *Loops 1: Una historia de la música electrónica en el siglo XX* (2002), editado por Morera y Blánquez.

portátiles a las performances en vivo. Otros compositores notables en el desarrollo de la electrónica en la década de 1960 fueron La Monte Young (pionero del *drone*), Pierre Boulez (representante de la música aleatoria), Pierre Schaeffer (*musique concrète*) y Steve Reich y Philip Glass (minimalismo).

Stockhausen en específico sería el primero en acuñar el término *elektronische musik* y en centrarse puramente en la composición y escritura de piezas electrónicas desde un trasfondo clásico moderno. Son casi trescientas obras las que compuso desde 1950, convirtiéndose tanto por su trabajo formativo como de difusión en “el compositor electrónico más conocido de su época, lo que lo convirtió en una especie de gurú transicional entre la música experimental y su posterior reescritura en formato popular” (Blánquez & Morera, 2002). Fue el puente entre los desarrollos de la música concreta en las vanguardias experimentales y los usos de sintetizadores y cintas magnéticas en espectros más populares, como Silver Apples, Cluster y, posteriormente con mayor éxito, Brian Eno y Kraftwerk.

A partir de ese punto, con la aparición del sintetizador Moog, la década de 1970 llevó al desarrollo e incorporación electrónica en géneros de gran aceptación como el rock, tanto en sus subgéneros populares como en los periféricos. Por un lado, la cultura estadounidense tuvo una corriente del rock progresivo que comenzó a traer una mayor integración y uso del sintetizador en sus canciones como un instrumento más, entre las que destacan las obras de King Crimson y Pink Floyd. Por otro lado, la influencia directa de Stockhausen en Alemania fue gestora del llamado *krautrock* y la *kosmiche musik*, quienes experimentaron con el uso de sintetizadores y cintas con mayor osadía y profundización, fuese para un énfasis percusivo en el primer caso (Neu!, Can, Faust) o para una atmósfera más pegada hacia el ambiental (Cluster, Tangerine Dream, Manuel Göttsching).

Se puede argumentar que la conclusión lógica de estas influencias resultó en la explosión de popularidad del grupo alemán Kraftwerk:

Pocos de los artistas electrónicos que aparecen a lo largo de este volumen han vendido más discos que Kraftwerk. El tremendo bombazo que supuso en 1973 el *top ten* en Gran Bretaña y Estados Unidos de ‘Autobahn’ —el tema— les dio un prestigio y una solidez económica que les ha permitido reafirmar una independencia y una autosuficiencia que en estos momentos raya el autismo más sospechoso (Nelson, 2002).

El grupo alemán, fundado por Ralf Hütter y Florian Schneider en 1970, fue central para demostrar la viabilidad comercial de la electrónica como género en sí mismo. Durante esa década, Kraftwerk revolucionó la música a través de tratamiento conceptual de la tecnología y la industrialización por medio del procesamiento completo de la música: patrones repetitivos de sintetizador y voces moduladas en un tono robótico dominaban las canciones, las cuales oscilaban entre piezas extendidas e hipnóticas y canciones cuasi pop con coros reconocibles. Incursionaron en la electrónica progresiva de la Alemania de la época, pero también fueron idiosincráticos al tratarla y mutarla hasta convertirla en algo nuevo. Esta fusión de sensibilidades generó el *synthpop*, subgénero en el cual la electrónica daba cuerpo a canciones de estructura pop y que apuntaban hacia un público *mainstream*. El *synthpop* y sus variantes fueron dominantes durante la década de 1980, y el género se encargaría de llevar las influencias de la electrónica a todo el mundo, en todas las esferas de la cultura.

Llegado ese punto, la explosión de la electrónica llevaría al nacimiento de múltiples subgéneros y culturas:

- El boom de los clubes y la música disco.
- La experimentación de la música industrial en el *underground*.
- La cultura de las raves y el alza de la EDM (*electronic dance music*) y el techno.
- El sampleo musical en el desarrollo del hip hop.
- La sofisticación del sonido computarizado en el ambient techno y la IDM⁴.

Y la lista es todavía mayor. Estos son algunos de los subgéneros que tienden a considerarse al hablar de la electrónica en su conjunto al día de hoy, así como sus vinculaciones e incorporaciones en otras formas de música popular como lo ha sido el pop (*synthpop*, *electropop*, *indietronica*) y el rock (*post rock*, *new wave*, *industrial rock*).

Es importante, entonces, remarcar que el eclecticismo visto en el panorama musical contemporáneo lleva a dichos difuminados de barreras entre géneros; el factor descriptivo predominante es *cuál es la base de la composición y si su utilización resulta parte íntegra de la pieza misma*. La definición que se toma para el cuerpo de este trabajo considerará, dentro de electrónica experimental, a dichos trabajos que incorporen a la electrónica

⁴ *Intelligent Dance Music* una forma sofisticada y más *underground* del EDM, en la que se presentan sonidos más metálicos, frecuencias poco comunes y patrones rítmicos atípicos.

como parte central de su composición y apliquen alguno de los principios delineados por Cage respecto a una aproximación radical al quehacer musical.

1.3 Llegada e historia de la electrónica en el Perú

La electrónica en el Perú sigue una ruta similar a la analizada de la historia del género mismo. Luis Alvarado (2015) se aproxima al fenómeno de la electrónica en el país⁵ desde su origen en los compositores académicos, quienes rompían con la tradición anterior y buscaban inspiración en los referentes internacionales. No resulta extraño, entonces, que se replicaran movimientos como la música concreta en el país, con compositores como César Bolaños y su pieza *Intensidad y altura*, la primera de esta corriente en el Perú. Es curioso que muchos de esos músicos no residieran ni se hubieran formado en el país, si bien seguían representándolo por medio de su recreación de las vanguardias imperantes en la época, así como los primeros tintes de fusión musical que caracterizarían a la electrónica peruana.

Este fenómeno tiende a atribuirse a las medidas tomadas respecto a la promoción cultural local del gobierno de turno de Juan Velasco Alvarado, quien buscó más la difusión de géneros que impulsaran la identidad nacional. Es una búsqueda de identidad que también afecta las sensibilidades de los músicos mismos: Edgar Valcárcel comenzaría a organizar una escena en 1970, y a realizar obras multidisciplinarias importantes como *Canto coral a Túpac Amaru*, pero no se concretaría sino hasta Arturo Ruiz del Pozo, quien combinaría la música concreta con el uso de instrumentos autóctonos, en sus *Composiciones Nativas* (Alvarado, 2015). Así como Bolaños se desempeñó en Buenos Aires, Ruiz del Pozo lo haría en Londres.

Mediante uso de instrumentos tradicionales, Ruiz del Pozo propone el sondeo de las capacidades tímbricas de los objetos sonoros y las texturas conseguidas a través de procesos electroacústicos. Los enseres del que dispone van desde el uso de sikus (zampoñas o flautas pan), así como también quenenas, tarkas e instrumentos de percusión; mientras que para la estructura de sus sonidos aplica técnicas de composición de música concreta (Apolo Valdivia, 2018, p. 32).

⁵ Es fundación base de este capítulo el escrito *Soñar con máquinas: Una aproximación a la música electrónica en el Perú*, del libro *Música Popular y sociedad en el Perú contemporáneo* de Romero (2015).

Esta etapa, que Apolo Valdivia (2018) denomina el *nuevo folclore académico*, implica una expansión y mayor utilización de los instrumentos oriundos del Perú en formas no tradicionales, como dictaminaba la disciplina experimental. Se aprecia un tratamiento academicista de la electrónica experimental, pero todavía desprovista en cierta medida de una identidad musical local, aún si esta servía de inspiración y se comenzaban a realizar esfuerzos por incorporar parte de dicha identidad en las piezas compuestas. Desde este punto hasta mediados de la década de 1980, este punto comenzaría a desarrollarse mediante compositores como el antes mencionado Ruiz del Pozo, así como Luis David Aguilar, Manongo Mujica y Julio Algendones⁶.

Pasado este punto, se da tanto un desarrollo de la escena experimental en la década de 1990, como una democratización al acceso de tecnología, que permite la inclusión más masiva de la electrónica en otros géneros (también siguiendo a la popularización que ganaron los sintetizadores a nivel mundial). Respecto a lo primero, Gonzales (2012) vincula la proliferación de la escena experimental en Lima y otras ciudades como Arequipa y La Oroya al abaratamiento y acceso a instrumentos electrónicos, y a la mayor difusión de la información, algo que facilitó el ingreso de nuevos artistas a una escena poco conocida. Fue una aproximación que bebía del academicismo previo, pero con una ética *D.I.Y.* en la que los músicos, usualmente jóvenes de clase media, se *recurseaban* para obtener tanto los instrumentos y herramientas necesarias como los *software* que comenzarían a volverse parte esencial del quehacer musical, mayoritariamente a través de la piratería.

En relación a lo segundo, la electrónica empezaría a influir a otros espacios fuera de lo experimental, sobre todo a partir de 1990, cuando un mundo tecnologizado estandariza el uso de sintetizadores y computadoras (Alvarado, 2015). Se difunden festivales de electrónica y aparecen organizaciones como ATA⁷, que también cumplen un rol difusivo. En tiempos donde a Lima también había llegado la fiebre del techno y del synthpop, ya se estaba gestando una fusión distinta e inusitada. A finales de esa década, en especial en 1999, aparece la *tecnocumbia*, quizá el mejor ejemplo en el Perú del uso de la electrónica en un género de alcance popular y masivo. Surgiendo desde la Amazonía peruana, la

⁶ Trabajos como *Paisajes Sonoros* (1984) de Manongo Mujica, así como otros autores mencionados, fueron reeditados en 2015 por el sello independiente Buh Records, manejado por Luis Alvarado.

⁷ Alta Tecnología Andina.

tecnocumbia tomaría elementos de la chicha y los fusionaría con sensibilidades rítmicas tropicales e instrumentos electrónicos:

En el momento de la génesis de la tecnocumbia a finales de los noventa (y en cierta medida aún hoy), la música electrónica simbolizó la modernidad: el uso de sintetizadores, cajas de ritmos y tambores electrónicos consolidó la entrada oficial (musical y comercial) del cosmopolitismo en la Amazonía (Metz, 2015, p. 382).

Se trata, de igual forma, de un género musical que rompió barreras sociales y demostró que, también en la esfera *mainstream*, podían realizarse fusiones exitosas de lo electrónico con la identidad local para dar producto a algo novedoso. Entrados los 2000, internet y la globalización comenzarían a tener roles importantes debido a su labor facilitadora de comunicación entre regiones (Rojas Neri, 2019).

1.3.1 Concepción de escenas y estado actual: de lo analógico a lo digital

Las últimas décadas musicales han dado espacio a estos fenómenos para asentarse. Corrientes como el *noise* (o ruidismo, como lo traducirían ciertos autores) también comienzan a desarrollarse en el *underground*, así como la improvisación electroacústica y el drone. De igual forma, se vio el desarrollo de expresiones multidisciplinarias de electrónica experimental de la mano de artistas como Christian Galarreta, quien trabajó instalaciones y performance en el evento *Laberinto sonoro*. Performances como las de Galarreta u otros como Gabriel Castillo llevarían la música a las galerías de arte y la concepción de instalaciones. Centros culturales como el Centro Cultural de España y el evento *Vibra: audio Lima experimental* (2006) serían claves en la promoción de la movida experimental electrónica en la época (Alvarado, 2015). La tradición del noise y el ambient performativo continuaría por desarrollarse y tomar influencias tanto académicas como internacionales, vistas en colectivos recientes como Deshumanización y el sello 1049 Records, donde también comienzan a apreciarse fenómenos de democratización de acceso a software y materiales de producción. En ese momento los lugares y actividades son importantes: se producen ferias independientes en múltiples distritos de Lima, eventos como la ANTIFIL, y sets de DJ con un eje experimental. Se producen espacios que concentran a varios artistas y afianzan relaciones y contactos, fenómenos que se analizarán posteriormente en el trabajo de campo.

Ello lleva a una desconcentración de una escena que inicialmente era dominada por personas de clase media alta y termina de transformarse en un espacio variopinto y de distintos niveles socioeconómicos (Gonzales, 2012). Además, la llegada de los medios digitales acentúa, como se verá posteriormente, los fenómenos de piratería y producción autogestionada ya vistos en décadas pasadas.

Análogo a este campo, se destaca también un desarrollo de una vertiente más *académica* de la escena experimental, con compositores como Juan Gonzalo Arroyo, Renzo Filinich y Pauchi Sasaki. Se resalta pues, aun cuando se trata de artistas de formación musical y estudios tanto de composición como teoría e investigación en la música, suelen promover un acceso y democratización a dichas escenas. Filinich (2017) hace énfasis en la necesidad de una formación en la percepción auditiva, así como un desarrollo respecto a la libertad de acceso a medios de producción y al desarrollo del arte multidisciplinario, en especial relacionado a la música electroacústica. Por su parte, Pauchi Sasaki se ha movido tanto en los terrenos de la electrónica experimental como en la composición de bandas sonoras para filmes como *Canción sin nombre* (2017).

Por otro lado, colectivos como *Crisálida sónica* (1996) y grupos como *Silvania* y *Fractal*, liderado originalmente por Wilder Gonzales Ágreda, traerían difusión y actividad musical en el *underground*, logrando la apreciación de bandas peruanas en el extranjero y en los escenarios locales. Estas bandas trabajaron géneros musicales como el shoegaze⁸, el post rock (que llevaba las barreras de su género a límites insospechados por la incorporación de instrumentos electrónicos y sensibilidades experimentales) y otras variantes del techno y del noise.

En otra parte, la cultura del *rave* también llega a los clubes limeños y produce una proliferación del *house* y del techno, así como otras variantes del *dance* y del disco. Finalmente, también son destacables fusiones que siguieron el paso marcado por la tecnocumbia y las obras experimentales de Ruiz del Pozo y Manongo Mujica. Entre ellas, se destaca *Kollasuyo Chinchaisuyo* (2003) de Kollantes, una fusión de electrónica con ritmos afroperuanos, y la corriente de tropical bass (una nueva forma de cumbia digital

⁸ Género musical caracterizado por el uso de guitarras con múltiples pedales de efectos (el nombre se traduce como *mirar hacia los zapatos*, con los que manejaban dichos pedales) que distorsionan el sonido de las mismas hasta mutarlo en algo nuevo.

con énfasis en las sensibilidades *house* y de IDM), con artistas como *Dengue Dengue Dengue*, que han logrado reconocimiento internacional con su propuesta:

Gracias a estos trabajos realizados por estos artistas como *Dengue Dengue Dengue*, enfocados en rescatar muchas de estas canciones tropicales que estaban muertas para las generaciones más jóvenes, es que se han comenzado a incluir estos sonidos electrónicos en géneros como la cumbia (Apolo Valdivia, 2018, p.12).

El viaje de *Dengue Dengue Dengue* a Argentina les hace encontrarse con una escena de gran desarrollo, sensibilidades particulares y una mezcla experimental de éxito en un ambiente de club (Rojas Neri, 2019). El éxito de las fiestas Zizek en Buenos Aires y las fiestas *TOMA!* en Lima consolidaron el desarrollo de la cumbia digital, antes del desarrollo de la escena y la utilización del término tropical bass. Otros artistas como *Auxiliar* y *Terror negro* han seguido una línea estilística similar, en la que las sensibilidades *underground* se reencuentran con las sensibilidades locales y la llamada *World Music* (Alvarado, 2015), mostrando otra faceta del desarrollo de la electrónica experimental en frentes de cariz más popular.

Un término apropiado para describir a estos géneros y procesos antes listados es *diversificación*. Se aprecia, aún con un listado resumido, que son múltiples géneros y corrientes los que forman un conjunto de escenas variopintas que combinan influencias múltiples, desde lo local y autóctono hasta las tendencias y no tendencias de las exportaciones internacionales de países como Inglaterra y Estados Unidos. “Los días de Bolaños y Valcárcel sentarían un antecedente histórico, aunque no estilístico, de las posibilidades que ofrecía el uso de nuevas herramientas tecnológicas en la creación musical” (Apolo Valdivia, 2018, p. 36).

Explorar la electrónica experimental es rastrear estas corrientes y fusiones musicales en las que la multiplicidad de sensibilidades y aproximaciones, algunas más radicales que otras, da producto a composiciones y artistas que producen música que goza de una mayor identidad local de la puede parecer. Es ese presente multiforme que Alvarado definió algunos años atrás, uno que no deja de expandirse con los fenómenos de globalización, cultura libre y la remezcla en la producción cultural. Un *underground* activo con caras diversas, precisamente: las culturas de fiestas electrónicas y raves, las escenas experimentales de arte multidisciplinario y radical en remotos bares y casonas, el

academicismo de composición vanguardista que comienza a acercarse al cine, y los sellos independientes y colectivos que reúnen a estos artistas.

Hay un proceso interesante en la electrónica experimental que permite ver la transición hacia el terreno digital, en sus distintas fases⁹. Los fenómenos del *peer 2 peer*, la transferencia de archivos mp3 y la circulación fuera de los circuitos tradicionales se veía marcada por los piratas. Ellos habían creado un sistema de distribución que luego fue usado por los creadores del *tecnobrega* en Brasil y que también se veía en géneros como el Huayno en el Perú, donde comienzan a tomarse los formatos digitales, pero se mantiene la venta de los CD (Yúdice, 2020).

Estos son los circuitos que inicialmente también recorrerían los músicos de electrónica, y unos en los que se mantendrían por la mayor parte del tiempo hasta la entrada de la era del *streaming*. El panorama local muestra un caso particular en el que la fase de legalización y proteccionismo de la música digital, marcada por el alza de *iTunes*, no pegó fuerte por la falta de regulación y restricciones en territorio nacional respecto a propiedad intelectual y derechos de autor, especialmente en entornos virtuales. Con la era del *streaming* se readaptaron las prácticas, si bien se mantuvo el uso predominante de los circuitos alternativos, donde la experimentación y la agrupación bajo *escenas* todavía prevalece.

De los últimos años y en la transición hacia terrenos digitales, entonces, entran a tallar con mayor fuerza los colectivos, las *escenas* y las propuestas de arte multidisciplinario. Dichos términos reiterativos en el capítulo no son exclusivos del Perú, sino que caracterizan a toda la movida a nivel latinoamericano. Fenómenos de globalización y democratización de acceso han cambiado y definido la transición de la electrónica en el siglo XXI, desde lo análogo hacia lo digital.

Las terminologías se tornan difusas, así como las propuestas se enriquecen. Las *escenas*, entendidas como disposiciones posgeográficas y socioculturales que muestran fenómenos de producción musical y cultural, permiten a los artistas en colectivos desarrollar su arte y encontrar sus públicos, tanto a nivel local como global. Como indica Blánquez (2018), la revalorización de lo local se da por medio de la adaptación de las

⁹ Dichas fases se tratarán a mayor profundidad en el capítulo siguiente, si bien se consideró conveniente plantear la comparación a manera de cierre del repaso histórico de la electrónica experimental en el Perú.

tecnologías del primer mundo y su inclusión y fusión con el folclore propio, que dan lugar a un proceso de hibridación que define a la sociedad posmoderna.

Dicho paradigma también define la transición de una escena y género, ya consolidado en el tiempo, hacia la difusión digital bajo el *streaming* y el flujo perpetuo de información en la red. Nuevas culturas como el *vaporwave* y el *future bass* prácticamente proliferan y se difunden en entornos puramente digitales. Otras contrapartes del género que han acompañado a este proceso de transformación de las industrias musicales muestran realidades distintas, así como nuevas dificultades y formas de adaptación a la nueva realidad.

La venta directa y la presentación en vivo encuentra nuevas formas de producirse en plataformas como *Bandcamp* y en ferias independientes, lo cual va en paralelo a la lógica que promueven los servicios de *streaming* y las plataformas digitales. Una diversidad como la descrita puede verse en recopilatorios como Antología de Música Experimental del Perú (2021)¹⁰, el más reciente de su naturaleza y en el que se compilan a distintos artistas contemporáneos de música experimental peruanos (tanto en formato digital como en vinilo), resaltando la evolución del género en el tiempo.

Propuestas como las de Gonzales Ágreda (2012) también dan luz respecto al camino que ha seguido la electrónica experimental limeña en los últimos años. Entre varias características, destaca la existencia de nichos específicos de consumidores que exploran medios no convencionales para encontrar este tipo de propuestas sonoras, usualmente atadas a una noción de contracultura y que difiere del *mainstream*. Por ello, la descentralización de herramientas de producción y de difusión en las tecnologías digitales lleva a una mayor libertad y facilidad de llegada a nuevos públicos, así como de expansión de dicha industria cultural con nuevos músicos, propuestas sonoras y un interés creciente.

Son los nuevos medios los que permiten que la escena se mantenga a flote en su ejemplo de la *desterritorialización* de instrumentos, estrategias y elementos utilizados por la industria y el *establishment* (Gonzales, 2012, p. 66). La sostenibilidad en el tiempo, sin embargo, no deja de ser un factor que preocupa de cara al futuro.

¹⁰ Traducido de *Anthology Of Experimental Music From Peru* (2021), recopilatorio que puede encontrarse en la plataforma *Bandcamp*: <https://unexplainedsoundsgroup.bandcamp.com/album/anthology-of-experimental-music-from-peru>

(...) el espacio de la música electrónica visto de lejos resulta bastante parecido al que dejamos a principios del siglo XXI: escuchamos músicas de textura futurista que mueven cuerpos y neuronas en una red que se extiende por todo el mundo, y que parecen estar reconstruyendo un edificio más preciso sobre los cimientos de nuestra cultura musical. Los contornos del espacio, ahora bien, se nos muestran poco a poco menos perfilados a medida que nos acercamos (Blánquez, 2018).



CAPÍTULO III: EL ENTORNO DIGITAL: CAMBIO DE PARADIGMA

Al hablar de una industria cultural como la musical, resulta importante tomar en cuenta cómo los entornos virtuales permean una lógica de producción cultural distinta. La era digital, pues, trae una transición hacia nuevas prácticas y lógicas que generan una alteración en cómo se comprende la producción y la distribución. Como señala Lamacchia (2017):

Entre las causas de la mencionada reconfiguración se encuentra el desarrollo de la industria del software y la consolidación de Internet como espacio de circulación de música, que ha cuestionado el accionar de intermediarios tradicionales (especialmente de las compañías discográficas), ampliado el acceso y abaratado los costes (p. 143).

Dicha reconfiguración trae a colación tres fenómenos a considerar:

- La democratización del software de producción.
- Internet como espacio de difusión.
- Las nuevas interacciones que se producen con los sellos discográficos.

Enmarcar las prácticas que se dan gracias a ellos las contextualiza y da un marco de análisis más completo, donde se tiende a reiterar la mención de la *accesibilidad* en varios frentes. Tanto los productores como los consumidores (y los *prosumidores*, que ahora entran a tallar) manejan una dinámica en la que los espacios virtuales facilitan el intercambio de información y bienes, además de proponer un entrelazado entre la producción de la música misma y la generación de una imagen.

Lo que autores como Yúdice (2013) describen como el modelo *Music 2.0* muestra, sin embargo, que este entrelazamiento todavía se mantiene en conflicto con prácticas provenientes de una concepción más tradicional de la industria musical y a las que los artistas y consumidores intentan escapar al elaborar nuevas estrategias para la venta y distribución musical. Las fricciones, sin embargo, también evolucionan y toman nuevas formas, como se verá posteriormente.

Bajo el análisis de Mulligan (2015) y Hesmondhalgh (2018), se presentan tres fases o agrupaciones temporales en relación a la historia de la música en la era digital¹¹:

- La práctica de compartir archivos vía tecnología *peer to peer* o red entre pares, representada por el éxito masivo de Napster en 2000 y 2001, mayoritariamente ilegal y que producía un ecosistema fuera del control de la industria musical.
- La integración de sistemas de protección de derechos e interfaces de compra y reproducción virtual, visto en la tienda Apple iTunes y la popularización del iPod y el MP3 desde el 2003 en adelante.
- La popularización y masificación de los servicios de *streaming*, iniciados en 2008 con Spotify y Apple, pero que cobran popularidad en la siguiente década y, junto a la lógica de aplicaciones móviles, se vuelven el nuevo sistema dominante para el consumo musical.

Esta revisión ejemplifica con claridad cómo internet reduce la relevancia de la distribución musical física, por lo que las compañías se redefinen para sobrevivir (Wikström, 2013). Aun así, es en especial el desarrollo del *streaming* el que parece haber llegado para quedarse, y que resulta importante detallar según los fenómenos antes mencionados.

1.4 Advenimiento del *streaming*

El *streaming*, traducible como retransmisión en directo, parece ser el estándar en la mayoría de industrias de consumo mediático desde la última década. La digitalización y preponderancia de las llamadas tecnologías de la información o IT generan una transición en la que la *data* es el elemento más valioso y el que lleva a una posterior monetización. En las industrias musicales, el consumo por *streaming* se origina con la aparición de internet y alcanza picos de popularidad inusitados con la aparición de plataformas como Spotify, Apple Music o Tidal.

Son estas las que, enmarcadas en la transición cultural hacia el capitalismo tardío y el individualismo que promueve, aportan hacia la llamada *personalización móvil en red*

¹¹ Se toma el resumen de las épocas según el artículo *What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector* (2018) de David Hesmondhalgh y Leslie M. Meier.

(Hesmondhalgh, 2018), altamente influenciada por el marketing y la publicidad. A diferencia del consumo físico e inclusive del sistema de descargas y compra individual de canciones o piratería de las mismas (casos como *iTunes* y *Napster*, respectivamente), el *streaming* y sus plataformas utilizan el flujo constante de información para la personalización de la experiencia de escucha musical y nuevas formas de interacción entre los usuarios. Ya no se habla de la posesión de la música en el terreno del *streaming*, pues los consumidores pagan por el servicio que se ofrece.

Hesmondhalgh (2018) profundiza en estos fenómenos, apuntando hacia el funcionamiento de las plataformas de *streaming* y las transacciones que conllevan su operación.

Compañías titulares de derechos obtienen remuneración de los servicios de streaming por medio de licencias y adelantos; y los servicios de música capturan la data de los consumidores, les venden oportunidades publicitarias y coleccionan las cuotas de suscripción de los usuarios (p. 1565).

La experiencia mayoritaria de consumo musical en la actualidad, entonces, se ve dictaminada por las grandes empresas que poseen las licencias, y las plataformas de *streaming* que manejan la información de sus usuarios. No es la norma en todos los casos, pero en el modelo descrito vale preguntarse cuál es el rol que tienen los mismos artistas musicales. Los servicios de *streaming* como Spotify (el caso más estudiado, al ser la plataforma más popular en el campo) pagan, por medio de un contrato con el sello discográfico que cede los derechos para la reproducción de las canciones¹², por cada reproducción o *stream*. Los usuarios pueden optar tanto por escuchar gratuitamente en la modalidad *freemium*, pero con ciertas limitaciones (usualmente interrupciones publicitarias y menores posibilidades de personalización), como por escuchar ilimitadamente las canciones que deseen pagando una suscripción mensual *premium*. Los artistas reciben un porcentaje de las ganancias de Spotify en base a cuántas reproducciones traen a la plataforma, siendo el promedio 0,004 a 0,005 centavos de dólar por reproducción¹³.

¹² Es importante mencionar la existencia de servicios alternativos de distribución musical como Distrokid y similares, en los que el artista puede pagar una membresía anual para subir de manera independiente su material a plataformas de *streaming*. Por supuesto, sobra decir que resulta un costo y potencial obstáculo más para los artistas.

¹³ Cálculo estimado en base a una proyección en el tiempo, usando los reportes de Spotify según el estudio de Marshall (2015).

Los cálculos, si bien son relativos al sello en cuestión, demuestran que el modelo beneficia a la mayor cantidad de reproducciones sostenidas en el tiempo, así como el porcentaje de las regalías que un artista recibe según la discográfica. Esta es una problemática ya expuesta por autores como Witt (2015), pues el modelo aplicado por el servicio de *streaming* paga cifras considerables en derechos para contar con un volumen desmedido de música y atraer a los consumidores, aunque dicho despilfarro no se vea reflejado en los ingresos de los artistas. Las cifras sugieren que, si bien el *streaming* trae una exposición a grandes públicos, no es una fuente de ingresos segura para todos los artistas. Marshall (2015) plantea un símil respecto a la era del CD o disco compacto: el éxito financiero dependía de la escala y el catálogo, las principales discográficas tenían intereses en las redes de distribución de música y la gran mayoría de los artistas no ganaban dinero (p. 10).

Si bien un análisis más minucioso de Spotify se llevará a cabo posteriormente, es importante tener en cuenta las ventajas e inconvenientes que plataformas de *streaming* como esta traen a ciertos sectores, en especial a los independientes. La lógica de producción favorece la exposición en el tiempo y facilita la accesibilidad, pero resulta inequitativa en relación a quiénes beneficia. Respecto a los fenómenos mencionados previamente, hay que ver si esta modernización del consumo musical modifica o mantiene los problemas expresados por Yúdice respecto a la transición al modelo *Music 2.0*.

Aún con tensiones todavía existentes, se reconoce una democratización de acceso, ya traída por el internet y potenciada por el *streaming*:

La nube digital se ha encargado de que las oportunidades pueden ser alcanzadas no por un grupo selecto sino por una gama más amplia de artistas que fueron escalando gracias a que pudieron llegar a la audiencia correcta (Riveros Muñoz, 2018, p. 44).

El fenómeno del *streaming*, sin embargo, ha de analizarse en conjunto con otros del mismo impacto en la era digital, como el de las redes sociales. Una contextualización de los cambios de las industrias musicales en la actualidad demanda enmarcar la relación entre los artistas, los sellos discográficos y las plataformas bajo las cuales tienen que valerse para llegar a sus públicos y encontrar un balance en la remuneración recibida; una relación simbiótica en la que la imagen y la producción van de la mano, siendo medios

fundamentales para la creación de una presencia cultural y laboral (Ortega Gutiérrez, 2012).

1.5 Redes sociales: espacios de circulación y acceso

Las definiciones de las redes sociales también pueden presentarse como esquivas en un inicio. ¿Es Spotify o YouTube tan red social como Facebook o Instagram? La atomización e interconexión de las plataformas en la actualidad difumina las líneas, si bien hay una distinción clara que puede establecerse respecto a las redes que priorizan su función como espacio de interacción e intercambio. Los roles de artista y audiencia también generan una diferenciación útil, pues configuran de qué forma utilizan una red social dada. En ello, se considera conveniente tomar la siguiente descripción que hace Riveros Muñoz (2018) respecto a la música y la red:

Existen cuatro nuevas características que afectan directamente la forma de comunicación que existe entre los artistas de la música y la audiencia: potencialización del sentido social de la música, la desvinculación entre el tiempo y el espacio, la presencia de un eterno presente y el fortalecimiento de los lazos entre artistas y audiencia (p. 61).

No son características aisladas; inclusive, vale la pena enmarcarlas en el contexto cultural descrito anteriormente. El ámbito social se considera respecto a cómo la música, igual que en un espacio físico, es percibida como una forma de pertenencia a una comunidad, la cual se ve potenciada por las interacciones directas que las redes permiten: complementan y suplen espacios antes reservados a los medios analógicos, así como la comunicación directa por medio de mails (Lamacchia, 2017).

Por un lado, los actantes que producen música, sean directamente los artistas u otros como dueños de sellos o gestores, utilizan las redes sociales como un vehículo de comunicación directa con sus públicos, con el objetivo de poder generar un enganche mayor. Se crea una suerte de empatía que pone de tú a tú al músico en relación a su oyente; por ello, el compartir el proceso creativo y el trabajo de los artistas resulta en el fortalecimiento de los vínculos con su audiencia, algo que actualmente resulta crucial dentro de las industrias musicales (Riveros Muñoz, 2018).

Por otro lado, los consumidores pueden generar una experiencia individual y personalizada al decidir a qué músicos seguir y de qué formas interactuar con el contenido que se les ofrece, así como compartir sus escuchas como medio de expresión identitaria. Se busca la autenticidad del artista en esa priorización de la empatía por la velocidad y cantidad de contenido que se produce; esperan que el artista exista activamente en redes sociales, pues si no, no lo recuerdan por el volumen de contenido al que se ven expuestos (Ozturk, 2018).

Se requiere del trabajo de la identidad del artista musical como una marca para poder generar una diferenciación significativa entre todo el contenido. En ello suelen entrar a tallar las labores de publicidad y *community management*, las cuales están a cargo de otras personas o de los mismos artistas. El desafío que se presenta es considerable, y se contrapone a las facilidades de acceso y democratización que traen las redes sociales.

Se encuentra, entonces, un espacio en el que se cumple un trabajo de conexión para lograr llevar a los públicos o audiencias hacia la música en sí; las redes son un lugar de encuentro en lo que Yúdice (2013) describe como el fenómeno de la ubicuidad sonora. Lo remarcable de dicho fenómeno recae en cómo las formas que antes dominaban la periferia y los espacios subalternos del internet pasan a volverse parte de la lógica de producción cultural dominante. La independencia de las *majors* en el manejo de las labores rearticula las relaciones entre los actantes de la producción y distribución musical, y comienza a notarse la influencia de lo independiente en el *mainstream* o esfera popular. Con ello, es necesario describir la operación particular de este sector en la era digital.

1.6 Producción musical independiente: estructuración

El quehacer independiente tiende a partir de la noción de libertad en varios frentes, pero usualmente se liga a una menor escala de producción, más centrada en nichos específicos, además de menor cantidad de intermediarios y mayor *libertad creativa*. Es importante resaltar esto ya que, si bien se conforma bajo principios distintos, las actividades realizadas en esta esfera no difieren significativamente de las realizadas por grandes o medianas discográficas (Lamacchia, 2017). Ambas distinciones cumplen labores intrínsecas al trabajo musical como industria cultural, como la composición, producción musical, distribución, difusión y organización de actividades análogas, sean de gestión

de actos en vivo o de promoción. Dos puntos han de tomarse como diferenciales, entonces: la escala y la gestión, ambos bajo una óptica de la libertad según cómo la conciben sus actantes.

Las diferencias presupuestales y (en el caso de las expresiones experimentales) de tamaño de público, generan que las actividades realizadas en torno a la producción y distribución opten por rutas distintas a las más comerciales. Un músico independiente no espera, como se describió anteriormente, utilizar servicios de *streaming* para obtener ingresos, sino como una vía de acceso. Las actividades para promocionar, sin embargo, comienzan a asemejarse más en la era digital debido al uso. En ese sentido, como señala Quiña (2012), lo independiente también parece reclamar una gestión activa por parte del artista, que así gana en libertad de acción en sus prácticas (p. 38).

La autogestión viene a ser un factor diferencial en la que el músico mismo asume tareas adicionales que usualmente delegaría a otros campos; sin embargo, esto va en paralelo a las colaboraciones que también se producen al respecto, pues la autogestión no suele ser total. Es una aproximación artesanal a la producción, en la que el compañerismo y el amor al arte prima antes que una relación contractual y de búsqueda de ganancias (Quiña, 2012).

La labor musical resulta más *libre*, pero se sigue ciñendo a ciertos parámetros de regulación y acción que forman parte de la actual lógica de producción de las industrias musicales:

Las grandes disqueras se han adaptado al impacto de la nube digital en búsqueda de rentabilidad y como resultado son dueñas de diferentes plataformas o tienen influencia sobre otras afectando, con sus intereses comerciales, la libertad de la audiencia e incluso la de los mismos músicos (Riveros Muñoz, 2018, p. 40).

La producción independiente lo es, por lo tanto, en relación a su aproximación a cómo se adapta a fenómenos como el *streaming* y las redes sociales, bajo los cuales configuran su *ethos*. De igual forma, buscan alternativas hacia los modelos propuestos y con ello el fenómeno se complejiza, siendo el caso de Bandcamp uno a considerarse posteriormente. Finalmente, la labor independiente echa luces en relación (incluso en la periferia) a cómo cambia la forma en la que se construye la hegemonía cuando los intereses dominantes se

manifiestan identificables a través de las organizaciones de propietarios de medios de producción musical (Quiña, 2012, p. 55).

El contexto peruano (sobre todo el limeño) demuestra dichos fenómenos en la misma esencia de lo que Mendívil (2015) define como *translocalidades* de las escenas musicales en Lima, las cuales no están restringidas en determinados distritos o zonas ni están atadas a prácticas sociales y antropológicas necesariamente. Esto último resulta producto del proceso de diversificación del gusto promovido por la globalización y las nuevas formas de circulación de música (p. 42).

1.6.1 Sobre los sellos independientes

Wikström (2013) señala que se puede representar la industria musical por medio de *tres industrias centrales*:

(...) la discográfica, centrada en la grabación de música y su distribución a los consumidores; la de las licencias musicales, que sobre todo concede licencias a empresas para la explotación de composiciones y arreglos, y la música en vivo, centrada en producir y promocionar espectáculos en directo, como conciertos, giras, etcétera (p. 10).

Si bien esta definición tradicional prueba no ser tan estricta con los nuevos sectores análogos en el quehacer musical (software, medios digitales, *merchandising*), son tres sectores que permiten entender mejor la dinámica interactiva que se da.

Los sellos discográficos independientes, si bien cumplen en su mayoría el mismo rol que las *majors*, se encuentran en una situación particular respecto a su relación con los artistas. Las labores tradicionales y el presupuesto que requieren en muchos casos se presentan en las discográficas independientes con dos labores marcadas: representación colectiva y distribución digital y física. Al referirse a colectivos en la esfera independiente, se habla de sellos como una suerte de afiliación estética e identitaria, donde los derechos los retienen los mismos artistas y el sello realiza labores de difusión y/o distribución musical, así como organiza festivales culturales con la inclusión de otras disciplinas artísticas, también llamados multidisciplinarios (Lamacchia, 2017). En ciertas ocasiones sí se da una labor de facilitación y conexión para la grabación en estudio, pero

los casos varían según el presupuesto y posicionamiento que el sello discográfico en cuestión maneje.

En esa línea, autores como Torres Osuna (2016) postulan que las comparaciones con las *majors* o grandes discográficas prueban complicado poder denominar como sellos discográficos a ciertos esfuerzos independientes. Esto se basaría en su falta de incidencia en la labor de grabación y producción musical, al igual que las fricciones que pueden presentarse por la falta de recursos económicos. Otros como Quiña (2016) presentan el ángulo opuesto, al enmarcar dicha ausencia como una *fuerza liberadora* en la actividad productiva. El contexto local muestra un poco de ambos casos, si bien lo remarcable y más común son los sellos discográficos independientes como distribuidores físicos y digitales, así como de promoción y difusión por medio de la organización de eventos. A través de ellos, se permite al artista manejar su imagen mientras puede agruparse en un sello-colectivo que le ayude en labores de difusión, organización y conexión con otras personas afines de las industrias musicales.

El sello independiente, entonces, funge como una línea que interseca las tres industrias musicales centrales en un esfuerzo más colaborativo y de menos recursos. Aun así, ello no ha de pormenorizar algunas problemáticas en relación a la situación todavía precaria del sector. Como señala Quiña (2012):

(...) precisamente la distancia entre las promesas que representa la música independiente (libertad creativa, autenticidad, originalidad) y su realización efectiva (...) genera una contradicción ante la cual muchos músicos e intermediarios han tomado activa intervención, (...) lo cual configura una complejidad de situaciones problemáticas y una diversidad de manifestaciones de esta contradicción en el campo musical (p. 54).

En Lima, casi por naturaleza de escala, la mayoría de sellos suelen encontrarse en la intersección antes planteada. La gran mayoría son de carácter independiente y muchos sellos-colectivo no tienden a estar registrados como tales. Páginas web como *Núcleo Feria*¹⁴ reconocen entre algunos sellos independientes en Lima a LaFlor Records, Necio

¹⁴ Autodefinida como “la 1era feria virtual de discos y sellos independientes” en Lima, abierta en septiembre del 2020 y que, además de realizar transmisiones en vivo, también funciona como comercio virtual: <https://nucleoferia.pe/>

Records, Acero Records Anti-Rudo Records, A Tutiplén Records, Buh Records, 1049 Records, entre otros.

Varios de estos distribuyen más material recopilatorio en medios físicos y digitales del que producen, y suelen autodefinirse con categorías como *independiente*, *alternativo*, *underground* o *experimental*, según sea el caso¹⁵. Si bien esta es una aproximación inicial al panorama local, es meritorio tomar como punto de partida los símiles que el contexto peruano y limeño presentan a otros en Latinoamérica, como Argentina y México.

1.6.2 El caso de la electrónica experimental

La revisión histórica de Alvarado (2015) sobre la electrónica en el Perú plantea una importante reflexión final a considerar:

La música electrónica está presente en prácticamente toda la música que oímos en la radio (...)-. Pero esta masificación no es proporcional a la consolidación de un espacio para quienes han optado por vías alternativas de creación. Y ese seguirá siendo el gran desafío tanto de la música electrónica en el Perú como de la música peruana en general: ¿cómo aminorar esa distancia y esas oportunidades abismales entre el *mainstream* y el *underground*? (p. 372).

Es un marco de referencia importante al plantear uno de los problemas principales de la investigación. Antes ya se le ha reconocido como una industria cultural en función y definición simbólica, pero en el contexto peruano (en la vía de otros también estudiados) se presenta como algo de una naturaleza más libre y de asociación por afinidad, en vez de una estructura tradicional al uso. La música experimental, aún más que muchas otras producciones independientes, se basa en apelar directamente a un nicho específico que tenga afinidad y apreciación por dichas propuestas; además de ello, busca contar con fidelización y presencia en las vías principales de monetización que posee (si es que busca una vía de ingresos con su música): venta digital directa, *merchandising* y presentaciones en vivo.

De igual forma, ha de considerarse que los circuitos experimentales también oscilan entre las aproximaciones academicistas y la fusión de géneros conocidos con influencias

¹⁵ Definiciones recopiladas por medio de sus biografías en redes sociales y en la plataforma Bandcamp.

o sensibilidades de vanguardia. Es el sector que se aleja de espacios formales y registrados en favor de espacios autónomos y heterogéneos que dan “muestras de una convivencia donde estilos diversos de la electrónica se encuentran como destino ineludible” (Alvarado, 2015, p. 371).

En estas transformaciones, la escena limeña de la electrónica experimental ha tenido una progresión particular respecto a las industrias planteadas por Wikström (2013). La transición a lo digital muestra un cambio de adaptación paulatina, en la que los sellos independientes resultarían cruciales en los pasos iniciales hacia la difusión a mayores públicos. Como indica Apolo Valdivia (2018):

(...) la popularización tecnológica del nuevo milenio posibilitó un cambio de paradigma (con ventajas y desventajas), el abaratamiento y asequibilidad de tecnología musical propició el autofinanciamiento y gestión que devino en el surgimiento de una cantidad sustancial de promotores de música independiente, y la apertura de un nuevo mercado destinado a la difusión de propuestas no convencionales como la música electrónica experimental (p. 51).

Resultó significativa, entonces, la transformación que comenzó a darse en el último par de décadas. Hay una notoria percepción, más aún en el caso peruano, de la democratización al acceso y a la distribución en medios digitales. La producción autogestionada se combina con la distribución y agrupación en sellos independientes. Las licencias se mantienen en un espacio más periférico del que sugeriría el modelo de Wikström, pues suele tratarse de un arte sonoro de distribución libre y difícil imitación (o bajas motivaciones para incurrir en dichas prácticas), así como un manejo asociado a la actividad distributiva de los sellos mismos.

Es, de igual forma, un asunto legalmente complicado en el Perú, pues la propiedad intelectual manejada por la INDECOPI no cubre temas de piratería. En dicha línea, instituciones usualmente atadas al manejo de los derechos de autor como las Sociedades de Gestión Colectiva (SGC), entre las cuales APDAYC es la más conocida, suelen incurrir en fallas administrativas (Apolo Valdivia, 2018). Es un punto de complejo trabajo, pero en el cual las escenas experimentales y de electrónica independiente tienden a encontrarse al margen, y suelen ampararse en los principios de la cultura libre planteada por Lessig (2004).

Un punto de inflexión, aún con el desarrollo de plataformas y servicios de publicación directa y libre como Soundcloud y Bandcamp, se encuentra en el tercer tipo de industria: la música en vivo. La performance, como se desarrolló en un capítulo previo, resulta un aspecto que posee sus propias reglas y complejidad. Los músicos o compositores pertenecientes a las escenas experimentales incurren en el arte multidisciplinario, en el que las performances en vivo del arte sonoro mezclan proyecciones y piezas de videoarte, y se producen en lugares como galerías de arte, casonas, instalaciones y otros conciertos de planteamiento más tradicional, vistos fuera de las escenas experimentales más radicales (Apolo Valdivia, 2018).

Es, finalmente, en estos espacios de contraposiciones y menor difusión y llegada al público, en los que se reconocen los problemas inherentes que generan los entornos digitales y sus configuraciones, usualmente favorecedoras del *streaming* para el detrimento de estas escenas. El acceso es mayor y brinda facilidades a los artistas, pero la notoriedad en entornos de internet sobrecargados de información como las redes sociales y los servicios de *streaming*, así como la sostenibilidad en el tiempo por modelos de negocio dominantes incompatibles con las formas de producción habituales y la coyuntura presente, complican la subsistencia de estas escenas. Estas son algunas tensiones, factores y problemáticas que demandan un estudio de mayor minucia, de cara a la exploración etnográfica.

CAPÍTULO IV: PRÁCTICAS DE AUTOGESTIÓN Y PLATAFORMAS: METODOLOGÍA

El planteamiento de la línea metodológica de la investigación es cualitativo, con un énfasis en instrumentos de exploración etnográfica-netnográfica¹⁶ y el análisis teórico-fundamentado. Se tiene como objetivo poder comprender el funcionamiento y configuración de las industrias musicales independientes en Lima en la era digital bajo la música electrónica experimental, a través de las prácticas que realizan las distintas personas que la conforman.

Para entender cómo se da la interacción y tensión entre las industrias y sus actantes, se plantea una aproximación etnográfica-netnográfica por medio de entrevistas en profundidad semiestructuradas. La elección de esta aproximación recae en el trato de las personas como núcleo de las industrias creativas; en el caso de la industria musical, la priorización y enfoque de esta investigación se centra en las percepciones de los actantes para dar un acercamiento hacia el marco teórico. Es decir, dando voces a los artistas se redondea un contexto y realidad particular que podrá analizarse junto a la teoría fundamentada. La búsqueda, por lo tanto, es de prácticas y sentires vistos en opiniones y experiencias. El instrumento de la entrevista semiestructurada yace como base para la discusión de estos temas: en vez de una herramienta rígida, se toma como guía hacia una conversación libre que pueda profundizar en las temáticas de fondo y sus razones.

Para poder delimitar la búsqueda, se entrevistó a distintos artistas y profesionales aún activos dentro del campo de estudio, la electrónica experimental¹⁷ en Lima. El inicio de la revisión de posibles entrevistados partió de dos ejes centrales dentro del título de la investigación: la producción y la difusión. Así, la categorización base de la muestra conlleva a que los entrevistados sean artistas o difusores de música experimental en Lima. En su mayoría se trata de músicos y artistas multidisciplinarios, pero también se encuentran gestores de sellos de música experimental.

¹⁶ Resulta importante anotar que casi la totalidad del trabajo de campo se realizó durante el contexto de la pandemia por COVID-19 a lo largo del año 2021 y el primer tramo del 2022. Por ello, la netnografía se encontró como instrumento útil para suplir la falta de espacios presenciales.

¹⁷ Como se comentó en la definición del género musical para esta investigación, las aproximaciones musicales englobadas a los artistas son diversas. Prima el *drone* y el *noise*, pero también se encuentran vertientes de *ambient*, *post-rock*, *techno*, *trip-hop* y *synthwave*.

Sin embargo, es importante aclarar (como se revisó en capítulos anteriores) que en el rubro es raro que estas tareas sean exclusivas y/o excluyentes. Por ello, se encuentra que hay gestores de sellos de música experimental que también tienen sus propios proyectos musicales. Solo se encontró una excepción en la que el entrevistado se dedica principalmente a labores de difusión (Luis Alvarado). En los demás, quienes difunden también producen, así como también hay artistas que reducen al mínimo posible su involucramiento con actividades relacionadas a la promoción de su música. Por ello, se optó por mantener el mismo cuestionario base para todos los entrevistados, si bien cada entrevista tuvo un foco particular según a dónde llevara el diálogo.

Posteriormente, la muestra fue acotándose a través de un proceso de bola de nieve en las entrevistas. En este proceso ayudó una investigación paralela de proyectos en redes sociales como Instagram, plataformas de música como Bandcamp y Spotify, y revisión de sellos experimentales en Lima (siendo los principales 1049 Records y LaFlor Records); tomando como delimitación temporal el que hubieran formado parte de la escena según la revisión bibliográfica o hayan tenido actividad en la misma en los últimos cinco años. Se apuntó a explorar las prácticas habituales que realizan respecto a la producción, distribución y difusión de la música, así como la razón tras las mismas y sus opiniones y sentires respecto a la situación en la que se ven enmarcados en su quehacer independiente.

Finalmente, la muestra terminó en 12 entrevistados, actantes que oscilan entre músicos y gestores de sellos. Dos tercios de la muestra son del sexo masculino, y la restante femenino¹⁸. El cuadro final de relación de entrevistas puede apreciarse a continuación¹⁹:

¹⁸ Un apunte importante es la variable del género. Al no ser un enfoque central de la investigación la identidad, no se ha hecho énfasis en dicho elemento en el desarrollo de las entrevistas. Sin embargo, es importante mencionar que ciertos artistas se encuentran fuera del espectro binario tradicional según su identificación de género, y ello termina afectando en su estética y aproximación al arte.

¹⁹ En la misma línea, al momento de registrar, se ha dado prioridad al nombre principal que utiliza el artista en cuestión; en algunos casos coincide con su nombre *real*, pero la tendencia tiende a ser que el proyecto artístico utilice una denominación distinta.

Tabla 1: Relación de entrevistados según sexo y rol predominante.

Entrevistados	Músicos	Artistas y difusores	Total
Hombres	-Diego Faucheux (Árbol) -Marcelo Mellado -Paruro -Rü -Rodolfo Ontaneda (Parahelio)	-Mauricio Moquillaza -Wilder Gonzales Ágreda -Luis Alvarado	8
Mujeres	-Área -Dafne Castañeda	-Carlycore -Luxsie	4
Total	7	5	12

1.7 Guía de preguntas para las entrevistas en profundidad

Se adjunta a continuación la guía para entrevistas en profundidad, organizada en base a los objetivos específicos de la investigación:

1. Determinar las prácticas de autogestión digital dadas en músicos y productores limeños en términos de difusión y producción musical.
 - a. ¿Cuál fue tu introducción hacia la escena de la electrónica experimental?
¿Cómo comenzaste a involucrarte en la misma?
 - b. ¿Cómo sientes que las nuevas herramientas digitales afectan a la labor de producción musical? ¿Sientes que han cambiado los fundamentos al producir música?
 - c. ¿Qué aproximaciones sueles tener al momento de distribuir música o promocionarla? ¿Percibes la noción de *promocionar* como necesaria?
 - d. ¿Cuáles son las formas que percibes que son las dominantes para la difusión musical en los últimos años?
 - e. ¿En qué maneras sientes que los medios digitales afectan la relación que existe con el público o audiencia?
2. Describir las limitaciones y desafíos que los derechos de autor y las regulaciones en entornos digitales presentan a la distribución y producción de música independiente.
 - a. ¿Qué plataformas utilizas para publicar y difundir tu música? ¿Por qué?
¿Qué las particulariza?
 - b. ¿Qué prácticas análogas a lo musical sientes que son importantes en la actualidad?

- c. ¿Qué limitaciones percibes respecto a los medios digitales y las distintas plataformas que actualmente dominan ese terreno?
 - d. ¿Cómo crees que el quehacer independiente se ha adaptado la priorización de los entornos digitales, tras el demérito de las performances presenciales en la coyuntura? ¿Sientes que la transición está siendo positiva o beneficiosa?
 - e. ¿Cuáles son las principales dificultades que percibes respecto a la lógica de las plataformas y los servicios para el sector musical independiente?
3. Explicar los factores y fenómenos vistos en plataformas como Spotify y Bandcamp, que producen una reconfiguración en la industria musical electrónica limeña contemporánea.
- a. ¿Cuál es tu perspectiva respecto a los servicios de *streaming* como Spotify y Apple Music, tanto desde la perspectiva del oyente como del músico?
 - b. ¿Qué tipo de prácticas promueven estas plataformas? ¿Las consideras positivas o negativas?
 - c. ¿Has utilizado o escuchado de la plataforma Bandcamp? ¿Cuál es tu opinión respecto a la misma?
 - d. ¿Sientes que las prácticas existentes que promueven estas plataformas aseguran sostenibilidad en el tiempo? ¿Por qué?
 - e. ¿Cuál crees que será el futuro de estos modelos de negocio? ¿Cuál opinas que sería la mejor alternativa para las industrias musicales independientes?

1.8 Cuadro de observación y categorización de entrevistas

Tras la realización de las entrevistas, se plantea un cuadro de observación para visualizar e identificar de forma más efectiva la selección de extractos de las mismas. Así, tomando como referencia la guía de preguntas, el procesamiento ubica los extractos según el bloque temático al que corresponden y asignándoles, según los códigos encontrados, las variables y temas respectivos que permitan un análisis a profundidad del contenido, además de una sistematización de la teoría fundamentada de cara a la discusión. El cuadro siguiente organiza distintos extractos a discutir posteriormente, con algunas entrevistas de ejemplo²⁰ para visualizar con mayor claridad la figura:

²⁰ El cuadro completo para el total de entrevistas realizadas puede visualizarse como anexo.

Tabla 2: Muestra de ejemplo de tres entrevistas en el cuadro de observación y categorización de extractos.

Nº entrevista	Párrafo/ bloque temático	Contexto	Extracto / Cita	Código	Variables	Tema
1	1-A	Transición de componer a programar	<i>"La computadora es mi casa"</i>	Tecnologías y recursos	Herramientas, técnicas	Prácticas de producción
	3-A	Sobre su percepción de Spotify y su relación con los artistas	<i>"Spotify es una mafia de la data de producción musical"</i>	Data, hegemonía, consumo	Spotify (percepciones)	Plataformas, streaming
	3-D	Relación con los sellos discográficos y su rol en plataformas	<i>"Los sellos no son compañías de marketing"</i>	Colaboración, marketing, difusión	Sellos discográficos,	Prácticas de difusión
	2-B	Uso de redes sociales y su rol en la difusión de material musical	<i>"No uso mucho las redes sociales, pero son necesidad"</i>	Frustración, necesidad	Promoción	Redes sociales
	2-E	Respecto a las dificultades que presentan las redes sociales y la lógica digital a la escena experimental	<i>"Los valores de este movimiento van en contra de la globalización (...) El tiempo es un factor importante, las cosas son cada vez más rápidas"</i>	Necesidad, frustración, imagen, contenido, atención, actitud, interés	Promoción, interacción con los usuarios, público	Redes sociales, prácticas de difusión
2	1-B	Relativo a su forma de producir música a través de computadora	<i>"El juego y lo aleatorio influencia a las posibilidades"</i>	Algoritmo, aleatoriedad, tecnología, procesamiento	Técnicas, herramientas	Prácticas de producción
	2-D	Hablando y comparando la etapa de pandemia y la virtualidad con el regreso a lo presencial	<i>"[Los conciertos virtuales] nunca llegaron ni al 20% a lo que era un presencial (...) fracasó querer digitalizar las cosas"</i>	Transición, fracaso, intento	Presentaciones, Virtualidad	Prácticas de difusión, Autogestión
	3-D	Sobre Spotify y su rol en la difusión musical y sostenibilidad del artista	<i>"¿Cómo vas a hacer contra Spotify que nunca te va a pagar por la música que haces?"</i>	Baja paga, hegemonía, insostenibilidad, obligación	Remuneración, Spotify (percepciones)	Plataformas, streaming

	2-B	Respecto a la necesidad de encontrar formas de hacer dinero con tu proyecto (ej. mercancía)	<i>"No puedes ir en contra de lo que funciona"</i>	Material físico, merchandising, necesidad	Sostenibilidad	Autogestión
	3-C	Hablando sobre Bandcamp como plataforma de escucha y descubrimiento musical	<i>"Se comporta de acuerdo a lo que la mayoría de personas escucha o está de moda"</i>	Popularidad, descubrimiento, publicidad,	Bandcamp (percepciones), escucha	Plataformas, streaming
3	1-D	Comentario sobre apoyo mutuo con otros sellos independientes y dificultades de gestión	<i>"Hay un montón de sellos que han muerto, estamos en Lima"</i>	Marketing, difusión, recursos, dificultad	Sellos discográficos, sostenibilidad	Prácticas de difusión, autogestión
	1-C	Listando prácticas de difusión necesarias desde los sellos para llegar al público	<i>"Los medios especializados son muy importantes para este tipo de música"</i>	Venta, necesidad, imagen, interés, consumo	Publicación, público, promoción	Prácticas de difusión, redes sociales
	2-B	Comentando sobre la aversión al crecimiento de algunos artistas <i>underground</i>	<i>"[Tienes que] tocar puertas como mierda; tienes que salir a mostrarlo"</i>	Venta, producto, difusión, llegada, necesidad, recursos	Publicación, promoción, sellos discográficos, sostenibilidad	Prácticas de difusión, redes sociales, autogestión
	3-A 3-D	Sobre los inconvenientes de los servicios de <i>streaming</i> al publicar música y el manejo de propiedad intelectual	<i>"Muchos artistas independientes no tienen idea de cómo funciona el streaming o el copyright, es fácil ser estafado"</i>	Data, hegemonía, copyright, baja paga, inaccesibilidad	Spotify, remuneración	Plataformas, streaming
	2-D 3-E	En relación al efecto de lo digital en la música y el regreso de la virtualidad a la presencialidad	<i>"Ya estamos superando eso, pero la costumbre de lo digital ya se quedó"</i>	Relación, consumo, virtual, post, comunicar, llegar, digital	Público, presentaciones, promoción, interacción con los usuarios	Redes sociales, prácticas de difusión

Como se comentará posteriormente, se procedió a identificar códigos en cada extracto, para luego comenzar a generar variables y temas que presenten la información más relevante recabada en la exploración de campo. Gracias a ello se podrá generar cruces con el análisis comparativo de plataformas y las múltiples connotaciones de la codificación generada.

1.9 Análisis comparativo de plataformas

Además de ello, el trabajo de entrevistas se complementó con un análisis comparativo de las plataformas que enmarcarán a la investigación: Spotify y Bandcamp. Se realizó una recopilación de información y codificación según el modelo propuesto por Hernández Sampieri (2014), así como los pasos destacados por Esser y Vliegthart (2017).

Bajo este modelo, se delinearón las condiciones de producción y distribución que cada plataforma promueve y, por medio de la teoría provista por Srnicek (2017) y Hesmondhalgh (2013, 20) se desarrolló una estrategia analítica respecto a la lógica de producción que propician y los efectos que tienen en los artistas. Gracias a ello, se generaron categorías de clasificación para permitir una observación detallada. Finalmente, se realizó el análisis comparativo de las plataformas al cruzar ambas páginas y cotejar / contrastar con fuentes secundarias, y posteriormente las entrevistas a profundidad realizadas de cara a la realización de la teoría fundamentada.

La revisión de Esser y Vliegthart (2017) respecto al análisis comparativo permite delinear cinco pasos prácticos a realizar para el procedimiento de investigación comparativa:

- Descripciones contextuales de los sistemas a utilizarse de cara a la evaluación.
- Identificación de equivalentes funcionales reconocibles respecto a los elementos a compararse (en este caso, sitios / plataformas).
- Clasificaciones y tipologías a disponerse para agrupar los casos de análisis en categorías identificables.
- Desarrollo de la explicación y la descripción de los ítems.
- Predicción de hipótesis.

Se tomaron los ejes de producción y distribución para la generación de las categorías de clasificación. De esta manera, se realizó el cuadro comparativo respectivo para analizar los resultados a detalle, revisando qué indicadores se podían extraer de las múltiples similitudes y diferencias de las plataformas. Para ello, se tuvo en cuenta como fuentes secundarias distintos artículos académicos y estudios respecto a las plataformas, así como reportes y cifras que ayudaron a ilustrar su evolución en el tiempo y el tipo de modelo que plantean. De igual manera, la misma exploración de las plataformas y sus funciones fue evaluada dentro del estudio de caso comparativo.

La realización del análisis comparativo se basó en los fenómenos de las prácticas promovidas por Spotify y Bandcamp en producción y en difusión, sus características como plataformas, sus particularidades dentro de la lógica de producción cultural que representan y las dinámicas en las que sus actantes se ven insertos.

Esto se puede visualizar sintéticamente en un cuadro comparativo con las siguientes clasificaciones y tipologías, a desarrollarse con profundidad en los resultados:

Tabla 3: Modelo de cuadro comparativo de Spotify y Bandcamp (elaboración propia).

Categorías	Ítems / plataformas	Spotify	Bandcamp
Características de plataforma	Forma de reproducción		
	Modelo de negocio		
	Interacción con el usuario		
	Propiedad de la música (para el usuario)		
	Personalización de escucha		
	Socialización		
	<i>Advertising</i>		
Prácticas de producción y difusión (artistas y sellos)	Formato de publicación		
	Acceso a publicación		
	Difusión musical y marketing		
	Perfil de los artistas		
	Presencia de sellos discográficos		
	Interacción con los usuarios		

Rentabilidad de plataformas y lógica de producción cultural	Uso de <i>data</i>		
	Monetización		
	Incidencia del usuario		
	Propiedad intelectual		
	Marketing de plataforma		

1.10 Teoría fundamentada

Por medio del desarrollo de las entrevistas en profundidad y el análisis comparativo multiplataforma, se procesó y organizó la información por medio de un diseño de teoría fundamentada. El modelo explicado por Creswell (2007) permite procesar los datos de campo recolectados y buscar patrones desde la codificación abierta hasta lograr generar categorías macro en la codificación selectiva para explicar los fenómenos y prácticas encontradas. Para entender mejor el procedimiento descrito, se adjunta la siguiente figura bajo el diseño sistemático de Hernández-Sampieri (2014), según un análisis teórico-fundamentado:



Figura 1: Proceso de un diseño sistemático según Hernández Sampieri (2014).

Bajo el procedimiento planteado, se provee un marco referencial donde la codificación abierta parte de la selección de extractos de las entrevistas, una revisión que permite poco a poco especificar patrones que, dentro del diseño sistemático, van tomando forma en códigos y variables. De esta manera, se comienzan a enmarcar correctamente los conceptos y categorías bajo las cuales se desarrollarán las distintas prácticas de autogestión encontradas en los actantes entrevistados, finalmente produciendo una categorización macro que permite ordenar la información del trabajo de campo. El proceso traducido a esta investigación se puede visualizar en la siguiente figura:

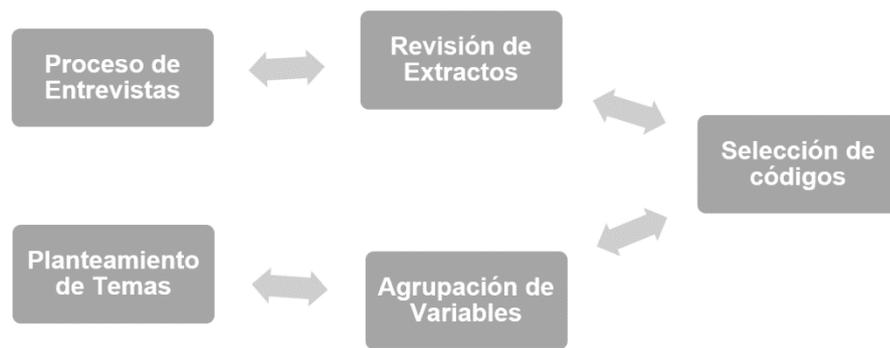


Figura 2: Proceso de diseño sistemático del proceso de entrevistas en profundidad.

Elaboración propia.

Para ello, se tomaron los ejes de producción y distribución de cara al diseño sistemático. Una vez generadas las categorías de clasificación, se elaboró un cuadro con la información categorizada para el análisis de los resultados a detalle, revisando qué indicadores se podían extraer de las múltiples similitudes y diferencias, tanto de la exploración de las entrevistas como del análisis comparativo de plataformas.

Lo particular del proceso es que va hacia ambos lados. Es decir, el partir de códigos dispersos y luego agruparlos en temas permite poder visualizar posteriormente la información y refinar la selección de variables y códigos, ahora ya enmarcados en temas concretos. En el trabajo de campo, entonces, el modelo parte al inicio de la codificación con el planteamiento de temas y variables según las entrevistas iniciales, las cuales se van completando y ampliando a través de los distintos códigos que los mismos participantes expresan. Se toman los temas a través de los ejes de la investigación y marco teórico, delineando las variables que los componen y categorizando los códigos. Con ello, se puede visualizar el cuadro resultante:

Tabla 4: Cuadro de temas, variables y códigos de sistematización, bajo el modelo de teoría fundamentada. Elaboración propia.

TEMAS	VARIABLES	CÓDIGOS
Prácticas de producción musical	Técnicas	Procesos de composición, generación de sonidos, algoritmos, programación, aleatoriedad, vanguardia, secuencia, automatización, ruido, intervención sonora, performance, silencio.
	Herramientas	Instrumentos, tecnologías, procesamiento, parámetros, recursos, hardware, software, home studio, sintetizadores, pedales, pure data, análogo.
	Aprendizaje	Formación, influencias, referencias, conocimiento, tradición, géneros, historia, exponentes, autodidacta, inexperiencia.
	Identidad	Imagen, espectáculo, presentación, estética, independiente, contracultural, comunidad, historia, mezcla, estilo, propuesta.
Prácticas de difusión musical	Publicación	Mezcla, venta, producto, merchandising, contenido de valor, plataforma, vinilo, físico, discos, costo.
	Medios especializados	Interés, independiente, nicho, dedicado, comunicación, categorías, valoración, promoción.
	Sellos discográficos	Etiquetas, colaboración, pertenencia, difusión, marketing.
	Público	Escucha, relación, actitud, interacción, interés, consumo, nicho, boca a boca, internacional, mercado.
	Presentaciones	En vivo, locales, festivales, paga, colaboración, virtual, streaming, digital, unión, colaboración.
Redes sociales	Promoción	Post, like, follow, necesidad, frustración, estética, imagen, nicho, línea estética, comunidad, creación de contenido, reel, perfil, espectáculo, carta de presentación.
	Interacción con usuarios	Enterarse, comunicar, llegar, encontrar, sobre-estimulación, contenido, expectativa, atención, constancia, presencia.
Autogestión del artista	Espacios culturales	Escena, locales, tocadas, instalaciones, círculos, condicionamiento, interdisciplinariedad, cine, teatro

	Sostenibilidad	Movimiento, disciplina, dificultad, limitado, recursos, merch, material físico, conciertos, colaboración, apoyo estatal, necesidad.
	Virtualidad	Transición, intento, presentación, en vivo, fracaso, posteo, manejo de redes, difusión, organización.
Plataformas musicales	Spotify (percepciones)	Data, hegemonía, consumo, mainstream, visibilidad, llegada, popularidad, usuario, intrusivo, practicidad, algoritmo, desregulado, marketing, factibilidad, DRM, playlist.
	Bandcamp (percepciones)	Venta directa, independiente, posesión, conexión, interacción, popularidad, revalorización, descubrimiento, herramienta, personalización, facilidad, comisión, regalías, interfaz, perfil.
Streaming como fenómeno	Escucha	Publicidad, social, variedad, comodidad, a la mano, distracción, conveniencia, devaluación, individualidad.
	Distribución	Promoción, formulario, proceso, intermediario, sello, accesibilidad, piratería.
	Remuneración	Inaccesibilidad, baja paga, insostenibilidad, obligación, publicidad, ilusión, copyright, distribución, política, propiedad intelectual.
	Experiencia de usuario	Social, acceso, practicidad, llegada, opciones, interacción, difusión, compartir, comodidad, conveniencia, oyente.

Gracias a la recopilación y categorización de la información del trabajo de campo se procede a presentar los resultados de la investigación, considerando los temas mostrados en el cuadro como ejes centrales, para generar una revisión ordenada. Es decir, para hablar de las prácticas de producción y difusión de los artistas, las redes sociales, la naturaleza de la autogestión, las plataformas de Spotify y Bandcamp y el *streaming* como un fenómeno central de la era digital.

CAPÍTULO V: UN ACERCAMIENTO A LA ESCENA DE ELECTRÓNICA EXPERIMENTAL LIMEÑA

1.11 Prácticas de producción en la era digital

La producción de la electrónica experimental limeña destaca por lo elusiva que resulta a una descripción concreta. Tres ejes, sin embargo, repiten como constantes en sus descriptores: aprendizaje autodidacta, intervención de la aleatoriedad en procesos de composición y utilización de herramientas de software. Los artistas encuentran en lo digital nuevas herramientas para aprender y experimentar en los procesos de generación sonora, siendo en muchos casos una nueva facilidad para los mismos al convertir en un afán más accesible la producción musical autogestionada por medio de un *home studio* y la digitalización de los procesos de composición, producción, mezcla y masterización.

Las técnicas encontradas de cara a la producción se encuentran muy vinculadas a la programación y uso de algoritmos, donde la secuencia y automatización se tornan en procesos íntegros a la aleatoriedad y prueba de nuevos acercamientos a la composición, ello debido a que influyen las posibilidades y comodidad de los músicos. Prima el juego aleatorio en el que se interviene y modula el sonido (sea de proveniencia análoga o digital) y posteriormente se designa el orden de aparición, en el que el uso de la tecnología aporta más posibilidades de recursos y variedad. La lógica de los instrumentos producidos por software, al ser bastante similar, no resulta un obstáculo para muchos músicos y facilita la adaptación y prueba de hardware.

Las herramientas siguen esa línea colaborativa de la integración de la tecnología como una aproximación novedosa al procesamiento del sonido. Se repite de manera constante la mención de pedales, moduladores, sintetizadores, osciladores, entre otros; hay un tratamiento de lo analógico a través de lo digital con la predominancia de las estaciones de trabajo de audio digital²¹ en un acercamiento donde toda idea puede ser grabada y probada en cualquier momento. Los artistas cuentan con herramientas necesarias para un *home studio* que implica un considerable ahorro en costos y una mayor instantaneidad de producción en ciertas aristas. La prueba constante de parámetros y trabajo de técnicas de

²¹ Comúnmente referidos como DAW por sus siglas en inglés (Digital Audio Workstation)

generación aleatoria por algoritmos, pure data, sampleo y trabajo de grabaciones ambientales o de no-instrumentos presenta un panorama amplio y más accesible.

El aprendizaje, en ese sentido, se presenta como un fenómeno mixto en el que se encuentran superpuestas tanto formaciones académicas como la inexperiencia completa. La figura del *no-músico* aparece como una posibilidad: artistas sin una educación formal en procesos de composición y teoría musical que producen material a través del juego y experimentación digital del software, el trabajo de loops y sampleo, y la profundización autodidacta por medio de la prueba y las herramientas online. Cualquiera de ambos casos tiene una fuerte formación por medio de la expansión de herramientas por cuenta propia, desde tutoriales hasta cursos hallados en distintos medios en línea. La formación conlleva en ciertos casos un conocimiento de tradición histórica en compositores clásicos locales en la electrónica experimental, así como múltiples influencias internacionales en géneros que varían desde el *drone* hasta el *post rock*.

1.12 Prácticas de difusión en la era digital

Si bien la producción musical se manifiesta como una progresión lógica y esperada bajo los marcos y tradición histórica de los géneros ligados a lo experimental, las prácticas de difusión encuentran un panorama más atomizado y complejo. Por medio de la publicación y comunicación externa a través de medios especializados y sellos discográficos, se descubre una relación particular y de nicho con los públicos pertenecientes a la electrónica experimental; hay una colisión entre la demanda por el formato físico a través del vinilo (junto a otras formas de *merchandising*) y la renuencia de ciertos artistas a promover activamente su música, un fenómeno atado también a ciertos estereotipos y mentalidades del *underground* traducidas en una aversión al crecimiento.

El trabajo de publicación de álbumes en medios digitales se cuelga tanto de la autopromoción por medio de las redes sociales como del trabajo conjunto con el sello discográfico (en caso el artista se encuentre en uno), usualmente de carácter independiente o propio del artista para la formalización de sus publicaciones. La difusión por medio de plataformas resulta una necesidad para llegar a los públicos, de los cuales se requiere una actitud particular de cara a la escucha y que está relacionada a un interés y perfil previo. El nicho es reducido, pero activo; la difusión de estos géneros musicales

tiende a ganar una mayor presencia y proliferación por medio de la promoción de performances en vivo, donde las colaboraciones y uso de acompañamientos visuales en espacios acondicionados sacan un mayor provecho de las particularidades de la música. Tanto en la audiencia como en los mismos artistas se replican los paradigmas del *mainstream Vs. underground*²² y se encuentran debates entre presentar a la música como algo más accesible y alejado del elitismo paradigmático atado a lo experimental, y el exigir cierto tipo de actitud y atención hacia el proceso de la escucha, usualmente relacionada a los tiempos de atención de las personas. La dicotomía entre la apertura y el hermetismo es enfocada por distintos puntos según a quién se le pregunte y es un punto común de división.

Se trata, entonces, de un circuito cerrado en el que recae en la escena misma la responsabilidad o rol de poder generar sus propios canales de difusión. La presencia de medios especializados resulta de suma importancia al traer el interés del público perteneciente o adyacente al nicho, así como buscarlo de otros a quienes podría atraerse por el factor diferencial y único de las performances en vivo y particularidades de los artistas. Estos tienden a ser casi nulos y sin un desarrollo mayor en comparación a otros internacionales, al no existir una figura referente, aunque tienen una incidencia en el circuito cerrado y entrelazado que sigue este tipo de música, más allá de ser un nicho pequeño. Sin embargo, no tiende a haber una mirada predominante hacia la internacionalización: se encuentra que los medios digitales y las colaboraciones por medio de conversatorios, splits y presentaciones virtuales comienzan a mostrar señas de un mayor desarrollo al respecto, pero es todavía un fenómeno incipiente que no se traduce en mayor presencia.

La relación y presencia de los sellos discográficos resulta particular al tratar los fenómenos de internacionalización. Los sellos independientes en Lima encuentran una situación compleja en la que varios han cesado su actividad o desaparecido, pero donde se produce una colaboración y apoyo mutuo entre los que existen. La relación con los artistas varía según la condición del sello y la estructura que tenga, pero usualmente esta se plantea como particular por las expectativas del artista y las posibilidades del sello en

²² Múltiples actitudes y opiniones surgieron en torno a qué se consideraba popular y qué se mantenía en lo *underground*, usualmente visto en mejor estatus. Aun siendo una escena de géneros musicales muy de nicho, existen las mismas jerarquías y taras en relación a lo *mainstream* que pueden verse tanto a nivel macro, tanto en la música como en otros medios.

relación a las labores de difusión. La visibilidad ganada es vista como un añadido, si bien en múltiples ocasiones son los artistas mismos quienes realizan la mayor parte de la labor de promoción en redes. La lógica de las redes sociales exige roles para los que no siempre se encuentran preparados los artistas o los sellos mismos: se exigen labores de marketing y branding usualmente ajenas a la escena, pero a las que resulta necesaria la adaptación.

1.13 La autogestión en la era de las redes sociales

El manejo de las redes sociales se plantea de forma casi transversalmente ubicua como una labor incómoda, pero necesaria, la cual impone una lógica y actividad a los artistas y actantes involucrados a la escena que tiende a ir en contra de su identidad o comodidad. Los músicos tienden a considerarse herméticos en términos comunicativos, y encuentran en las redes herramientas útiles para la difusión y llegada a públicos; ello contrasta con los fenómenos de saturación de contenido y breves tiempos de atención que dificultan el panorama de escucha de la música experimental. Los músicos limeños no tienden a priorizar su imagen y lo ven como un trabajo secundario en comparación a su música y actos en vivo.

En contraposición a otros géneros musicales famosos en el Perú, la escena experimental no cuenta con una identidad visual fuerte tanto a nivel colectivo como de artistas particulares que la ayude a destacar en los entornos de las redes sociales y el dominio de los algoritmos. Las nociones de la *escucha atenta* y un nicho particular y reducido son factores que juegan en contra de los artistas; la aceleración y necesidad de contenido y actividad constante exige un ritmo y presión a los artistas que les puede costar seguir, además de actuar en detrimento del material publicado. La promoción y búsqueda es una actividad constante dentro del quehacer musical, más aún en un contexto donde no se encuentra un interés mayor fuera del nicho específico que tiende a conformar el público, reflejado también a nivel estatal en términos de promoción cultural. Es una adaptación a una lógica que mayormente se opone a los valores históricos de la escena misma.

El trabajo de redes sociales y diseño de plataformas e imagen propia son factores que se suman a la autogestión característica de la electrónica experimental independiente. La línea estética es un desarrollo obligatorio junto a la publicación, promoción, producción, organización de eventos y otras actividades análogas a la música misma, en las que

usualmente el artista se tiene que ver involucrado. La sostenibilidad en el tiempo resulta una problemática común, y un punto usual repetido en las entrevistas en profundidad. Si bien se reconoce de entrada que no es un sector particularmente lucrativo -ni los mismos artistas pretenden vivir netamente de ello-, hay una importante problemática de falta de reconocimiento de los artistas en múltiples circuitos donde se deja al músico en segundo plano; la sostenibilidad usualmente implica el recurso de la venta en formato físico, las presentaciones en vivo y el *merchandising* de distinto tipo, vías de remuneración económica en las que el artista puede llevarse una compensación completa o casi completa de lo que se paga según sea el caso. La autogestión cobra importancia como forma de rechazar eventos donde el artista se utiliza como *herramienta de jale*, así como una manera de equiparar las compensaciones y porcentajes de remuneraciones en relación a las performances en vivo.

La virtualidad y los espacios culturales son dos aristas también tratadas en las entrevistas realizadas; se producen contrastes interesantes en relación a la proliferación de eventos virtuales como performances en vivo (y otras grabadas, accesibles por *streaming* en video), conversatorios y colaboraciones, que aun así se perciben como un momento transitorio relativo a la coyuntura y que no provee el espacio necesario para la escucha. La digitalización se muestra como un fenómeno paralelo a la necesidad de fomento de espacios culturales que permitan generar una comunidad y público constante para los círculos en cuestión. Siendo un sector tan dependiente de su nicho, se hace especial énfasis en la importancia de la interacción e identificación que genera el espacio común y contacto con público interesado y otros artistas del rubro. Lugares y colectivos son destacados como los mejores promotores de exploración, conversación, discusión y desarrollo artístico de varios músicos en la escena experimental. Además de poner al frente nuevas prácticas y aproximaciones al tratamiento sonoro, se generan conexiones y redes de contactos en las que se suavizan las barreras de acceso y adecuación al entorno y a las personas involucradas, dado el tamaño de la escena. Junto a ello, se percibe un sentimiento de colectividad en la retroalimentación constante y movimiento del medio, fenómeno que también se da por medio de las redes sociales.

1.14 Plataformas y el fenómeno del *streaming*

El *streaming* tiende a tener dos vertientes principales por las que es percibido por los artistas. Por un lado, servicios como Spotify son vistos de mala manera debido a las mínimas compensaciones que dan a los artistas en la plataforma, además de conllevar un trabajo engorroso de propiedad intelectual que los artistas tienden a desconocer y del cual suelen salir desfavorecidos. Por otra parte, el *streaming* es visto como la forma de consumo musical hegemónica en la actualidad, y es percibido por ese lado no solo como una necesidad en su presencia, sino también como una oportunidad de llegar a un mayor público y brindarle vías de acceso a los oyentes para poder acceder a la música.

Las imágenes varían bastante, incluso en los extremos donde Spotify es llamada una “mafia de la data de producción musical” y una plataforma en la que la escucha es relegada por la publicidad, el salto constante entre listas de reproducción y la experiencia social que proveen ese tipo de servicios. La plataforma se plantea como una realidad ineludible: provee múltiples comodidades y conveniencias a los oyentes, además de dar visibilidad al trabajo por su dominio y presencia; resulta inescapable en cierta medida debido a que la conoce la mayoría del público, aun cuando es un medio insostenible para los artistas. Las plataformas manejan un mercado, política y lógica que varios artistas no entienden, sobre todo en temas de propiedad intelectual. Las leyes de *copyright* o propiedad intelectual han evolucionado a un punto donde los artistas no reciben una compensación justa, usualmente porque estos también desconocen cuál es su funcionamiento o por la baja promoción de inscripción en lugares como APDAYC, visto con rechazo por parte de la comunidad artística. En ello, también se presentan mayores barreras de dificultad a los artistas experimentales para publicar su trabajo en ese tipo de plataformas. Es un trabajo de obligación, necesidad e inconveniencia para los artistas en múltiples frentes, si bien se reconoce como un fenómeno al que no se le puede dar la contra por completo.

Los servicios de *streaming* y sus plataformas apuntan hacia un lado distinto al que beneficia a la música experimental debido a su sistema de remuneración, barreras de acceso, políticas de propiedad intelectual y promoción de formas de escucha. La percepción de los servicios de *streaming*, entonces, está también ligada a las necesidades de visibilidad y difusión de los artistas en relación a su música, en los casos donde el rechazo no es mayor o el desconocimiento no actúa como impedimento en la adaptación

al modelo hegemónico. Otras plataformas como Bandcamp son vistas en mejores luces, por su modelo de negocio de venta directa y énfasis en artistas y sellos manejando con mayor libertad sus propias plataformas. Favorece más a los artistas independientes y no presenta mayores restricciones en la publicación, además de contar con la presencia de la mayoría de sellos discográficos de los géneros afines a lo experimental y por ello servir como buen vehículo de llegada.

Bandcamp se presenta a sí mismo como un sitio dedicado a lo independiente y tiene un estatus ganado alrededor de ello. La venta directa de música digital y la facilidad de colocar *merchandising* ayuda a revalorizar el material musical como un producto que se puede adquirir, además de contar con una comisión por venta considerablemente menor a la de otras opciones. Al tratarse de una plataforma personalizable, Bandcamp también entra en relación con la labor de difusión y promoción del artista, también relacionándose con la importancia de desarrollar una línea estética definida. Es vista como una herramienta que ha de conocerse para poder sacarle provecho, al permitir a los músicos tener su catálogo en un *outlet* digital, y dar el acceso de escucha y adquisición al público. En contraposición a lo anterior, se reconoce en Bandcamp una plataforma que también opera bajo la lógica de otros sitios o redes en donde las recomendaciones y posibilidades de ganar visibilidad están ligadas a la popularidad y rebote en el que lo no-independiente cuenta con una ventaja. La facilidad de acceso a la música también actúa en detrimento hacia la compra digital directa, siendo aún con la compensación justa y directa una fuente de ingresos minoritaria y sirviendo más como una plataforma de difusión y publicación de material, además de facilitar la llegada a sellos y la venta de *merchandising* o material físico que resulte de mayor interés adquisitivo. Bandcamp resulta, en esa línea, otra obligación dentro de la labor de autogestión independiente, inclusive cuando se reconoce que no es la vía exclusiva, al no ser tan conocida o accesible para el gran público como los servicios de *streaming* de mayor dominio y llegada.

1.14.1 Digresiones sobre modelos de producción cultural en plataformas

El análisis comparativo respecto a Spotify y Bandcamp plantea una revisión más individualizada de sus elementos y características, según las categorías base tomadas del cuadro a continuación:

Tabla 5: Modelo de cuadro comparativo de Spotify y Bandcamp desarrollado.
Elaboración propia.

Categorías	Ítems / plataformas	Spotify	Bandcamp
Características de plataforma	Forma de reproducción	Streaming y almacenamiento de temporales	Streaming y descarga de archivos
	Modelo de negocio	Suscripción, gratuito con publicidad	Venta directa, escucha gratuita según el caso, suscripción optativa
	Interacción con el usuario	Sugerencias personalizadas, algoritmo	Sugerencias por géneros, más vendidos
	Propiedad de la música (para el usuario)	Acceso online o por temporales (dependiente de la plataforma)	Descarga directa
	Socialización	Perfiles de usuario, notificación de escucha, listas de reproducción, escucha compartida	Perfil de usuario, colección de compras
	Advertising	Anuncios entre canciones, publicidad general y marketing	Apariciones y redireccionamientos de artículos (<i>Bandcamp Daily</i>)
Prácticas de producción y difusión (artistas y sellos)	Formato de publicación	Re-compresión en .mp3 y codificación única de la plataforma	Archivos .wav y .flac, codificación en otros formatos de compresión
	Acceso a publicación	Tercerización por medio de sellos discográficos o servicios externos de publicación (manejos de propiedad intelectual)	Directo, sin restricciones
	Difusión musical y marketing	Uso de listas de reproducción, anuncios, anclaje a redes sociales	<i>Bandcamp Daily</i> (destacados en la plataforma), publicidad de material
	Perfil de los artistas	Publicación de material, personalización de imagen y listas de reproducción	Personalización de imagen, contenido, actualizaciones y merchandising adicional para venta directa

	Presencia de sellos discográficos	Créditos de publicación y manejo de propiedad intelectual, sin aparición directa	Perfiles de sellos discográficos y catálogos en la plataforma
	Interacción con los usuarios	Tercerización con la plataforma, anuncios y notificaciones	Publicación y anuncios directos del perfil del artista
Rentabilidad de plataformas y lógica de producción cultural	Uso de data	Algoritmo personalizado y mapeo de patrones de conducta	Recomendaciones generales por género
	Monetización	Publicidad en plataforma, tercerización de data y suscripciones	15% de comisión por venta directa
	Incidencia del usuario	Porcentaje de dólar por reproducción hacia el artista	Adquisición directa de la música
	Propiedad intelectual	Manejo de derechos de autor de sellos y plataforma	Atribución directa hacia artista/sello
	Marketing de plataforma	Practicidad y disponibilidad masiva de música, compartida y accesible	Tienda y comunidad musical de apoyo directo para fanáticos

Las percepciones de Spotify como plataforma tienen una relación estrechamente ligada a su modelo de negocio. El manejo algorítmico de los servicios dedicados al *streaming* almacena y reproduce la información digitalmente, por medio de archivos temporales y transmisión de data, en la que el usuario obtiene un acceso de distintas características según la membresía con la que cuente. En ello, la interacción con el usuario apunta más a la personalización de espacios y *playlists* que puedan compartirse de forma instantánea con otros usuarios, apelando a un factor de socialización fuerte y constante desde el planteamiento de la interfaz de usuario. Bandcamp se presenta mucho más rudimentario en dichos aspectos, cumpliendo con funciones de reproducción en línea y acceso²³, sin darles un énfasis mayor, al actuar más como un puente hacia la adquisición musical. El modelo de negocio de adquisición directa y venta por comisión brinda mayor versatilidad a los artistas para el manejo de su material y ofrece una propiedad directa al usuario que la adquiere y posee (sea físicamente o a través de archivos digitales descargados, independientes de la plataforma). Esta línea diferencia al enfoque de la plataforma, al alejarse de otras funcionalidades relacionadas al compartir música con otros usuarios y

²³ Bandcamp cuenta también con aplicativos móviles y una función de programación de eventos por *streaming* de video, si bien se muestran como secundarios y no como un foco de la plataforma.

un control especial en el proceso de escucha: son procesos más individualizados que se producen de forma independiente a la plataforma.

El formato y acceso a la publicación siguen una línea similar en la diferenciación de enfoques y procesos de escucha; Bandcamp se propone más libre, gratuito y sencillo hacia los mismos artistas para la creación de su perfil y página donde puedan subir su material. Spotify y otras manejan un proceso mayor de filtrado y requisitos para la publicación, que ya se expuso con anterioridad y que implica una relación engorrosa y dificultosa para los artistas en temas de propiedad intelectual e intermediación de sellos, los cuales juegan un rol de publicación más intangible que en Bandcamp (donde estos tienen sus propios perfiles y terminan siendo los objetivos de muchos artistas para aumentar su visibilidad). Es, sin embargo, dicho aspecto donde el componente de promoción opera bajo una lógica similar en ambas plataformas: el artista ha de armar y llenar su perfil de tal manera que resulte atractivo para los usuarios y que pueda re-difundirse y rebotar en redes sociales y otros medios digitales. Es un elemento, como se halló previamente, esencial en la labor del artista independiente y muy atado al marketing e imagen del músico. Aún si Bandcamp permite una interacción más directa dentro de la misma plataforma, pues cumple roles de proyección, introducción a nuevos públicos y carta de presentación externa del artista.

Resulta curioso, sin embargo, cómo el uso de *data* y de marketing de plataforma hace que tanto Spotify como Bandcamp caigan en lógicas de producción cultural similares y dictaminadas por la producción constante y popularidad / visibilidad en entornos turgurizados, incluso cuando prácticamente son opuestas en asuntos de monetización y propiedad intelectual. Spotify es una plataforma que vive de la información de sus usuarios en temas de marketing, publicidad y *advertising* dentro y fuera de la plataforma. La curaduría de los algoritmos y bombardeo informativo de cara a conseguir la suscripción del usuario apunta a un servicio que resalta la practicidad e inmediatez dirigida *hacia* el usuario. La monetización por *streams* o reproducciones, publicidad contratada (a través de cortes tras la música o de banners de anuncios), suscripciones y uso estratégico de la *data* de sus usuarios alimenta a una plataforma en la que el usuario tiene el control completo de su proceso de escucha, mas no de su apoyo al artista (relacionado a la tenencia de la propiedad intelectual y la relación con los sellos discográficos).

Bandcamp se presenta a sí misma como un lugar idóneo para los artistas y sellos independientes gracias a las herramientas que les provee, además de promover la venta directa de música, al llevarse un 15% de comisión por las ventas. Es un modelo más básico, pero que probó ser más redituable en el corto plazo al confiar y dirigirse *hacia* los músicos y permitirles preservar la propiedad de su material. La incidencia del usuario apela al apoyo directo y voluntario, aun si la visibilidad no es una seguridad. La *data* en Bandcamp, similar al caso de Spotify, termina dando visibilidad y ventana a los lanzamientos con mayor popularidad e ingresos en la plataforma por medio de la página principal. Los descubrimientos, inclusive en su afán personalizado, mantienen un beneficio del cual se aprovechan los sellos mejor estructurados según el entorno en cuestión. La lógica a nivel macro no cambia en mayor medida, más allá de los valores e imagen proyectada por las plataformas y sus modelos de negocio particulares. Las percepciones, sin embargo, contrastan en gran medida debido al empoderamiento y control que se observa en el contraste entre una y otra herramienta, pues en Spotify se está más a merced de trámites y aleatoriedad algorítmica.

CAPÍTULO VI: RECONFIGURACIONES Y ADAPTACIONES: ESTADOS Y TENDENCIAS DE LA ESCENA EXPERIMENTAL LIMEÑA

La noción de lógica de producción cultural encuentra una intersección particular en las escenas analizadas debido a su carácter periférico. En la investigación de campo, el cuestionamiento del uso de la noción de *industria cultural*, debido a su baja estructuración en el país (en ciertos entrevistados) llama la atención a una problemática en el tiempo que se mantiene y traslada en entornos digitales, aunque bajo condiciones distintas. Si bien la traslación hacia industrias creativas y la discusión de dicha terminología puede debatirse según las particularidades del contexto local, se llama la atención a la inexistente solidez de un sistema estructurado de producción y distribución de bienes culturales, dada la falta de actantes con genuina presencia dentro del marco experimental. Es decir, el proceso sistematizado no posee el público suficiente, rebote mediático y apoyo estatal que ayude a solidificar en el tiempo una producción cultural constante, sólida y redituable hacia los artistas. Se percibe y encuentra una realidad atomizada y dispersa en sus distintos esfuerzos de artistas, sellos independientes y medios alternativos en pos de articular una escena.

Dicho esto, es importante resaltar que no solo se trata de un concepto voluble y fluido en el tiempo (al tratar nociones de creatividad), sino también que hay desarrollos particulares que los entornos digitales traen a la escena de música experimental limeña. Inclusive en el panorama que encuentra la investigación, distintos comentarios de colaboraciones, apoyo, redes de contactos en la escena y realización de eventos a través de redes sociales muestran que la digitalización sí trae un mayor grado de convergencia y encuentro entre distintos miembros de la escena de música experimental en Lima. Su identidad como periferia contracultural y la noción de lo *underground* mantiene en ello una articulación reducida a un nicho, pero que se mantiene en movimiento y desarrollo a su manera. La lógica de producción cultural, en este caso, impacta y limita en términos de prácticas difusivas y posibilidades de remuneración hacia los artistas, pero sin afectar el *ethos* base que acarrea históricamente la escena experimental; gracias a ello, los entornos digitales facilitan el encuentro y la formación de una comunidad, en la medida que apelan hacia espacios de diálogo y conexión entre público y artistas.

Se resalta en ese punto, entonces, que las nuevas prácticas responden a viejas necesidades que se mantienen en el tiempo. Se mantienen vigentes las preguntas planteadas por Alvarado (2015) en su revisión histórica de la electrónica en el Perú: ¿cómo articular los espacios de investigación con la música popular y la industria? ¿Cómo aminorar esa distancia y esas oportunidades abismales entre el *mainstream* y el *underground*? (p. 372). La sostenibilidad en el tiempo y las brechas de acceso a circuitos particulares siguen resultando problemáticas en la actualidad, a lo que se suma el hecho de que las prácticas digitales intentan atacar por nuevas aristas (lo cual también conlleva su propio grupo de problemáticas particulares). Por medio del manejo de la imagen autogestionada del artista y la plataforma propia en aproximaciones DIY a la producción, aprendizaje y difusión, las diferencias de oportunidades son atacadas por medio de la accesibilidad a recursos, si bien las redes de contactos no dejan de ser la norma. La sostenibilidad en el tiempo va por una línea similar el número de herramientas de distribución y conexión de *merchandising*, y formas análogas a la propia música de monetización hacia el artista traen nuevas luces y rutas a tomar, pero la dominancia del *streaming* y las redes sociales como vía de acceso llevan a los artistas a un nuevo terreno al cual adaptarse.

Se ha de recalcar bajo esa línea que lo digital termina actuando por ambos lados y el efecto es doble. Al respecto, el comentario sobre la accesibilidad tecnológica de Apolo Valdivia (2018) resulta pertinente:

(...) la accesibilidad tecnológica había logrado canalizar el ímpetu creativo de una generación imbuida en los avances de las ciencias computacionales, dotándole de una herramienta innovadora y un amplio campo de investigación empírico (p. 55).

Ello resulta un principal diferencial hacia el pasado y aumenta la noción de una escena variopinta y diversa que va experimentando con distintas herramientas y procedimientos que surgen, muchos de ellos aprendidos en la marcha y de forma autodidacta. El gran debate y discusión a plantearse necesariamente tiene que pasar por cómo se expresan y llevan dichas oportunidades y vías de acceso en la imagen mayor del contexto nacional. El empoderamiento de los artistas es mayor y la personalización y conectividad de los procesos de escucha ha aumentado gracias a las nuevas plataformas y medios digitales, pero dichos avances apreciados por la mayoría de consumidores también conllevan un acelerado ritmo de cambio tecnológico traducido en grandes cantidades de obsolescencia; además de un gasto de tiempo al verse forzados a adaptarse y ajustarse al nuevo

ecosistema musical si quieren formar parte del mismo (Hesmondhalgh, 2018). Por ambos roles esto es cierto, pero el lado de los músicos (enfoque del trabajo de campo) prueba traer un cariz negativo y con ciertas contrapartes notables que limitan cuánto los artistas pueden realmente aprovechar las nuevas tecnologías a su favor.

1.15 Profundizando las prácticas digitales

La descripción de prácticas en la sección anterior comienza a vislumbrar las principales problemáticas, puntos resaltantes y constantes en el tiempo que surgen en los procesos de producción y difusión de la electrónica experimental en Lima. El *recursearse*²⁴ se traslada a lo virtual y las nuevas tecnologías en vías digitales u *online* ayudan a compensar la falta de espacios y oportunidades *offline* (Lamacchia, 2017). Este patrón se evidencia en las variables de aprendizaje, publicación, promoción y virtualidad de las entrevistas, donde el aprovechamiento de dichos entornos trae una dimensión nueva que es tanto una ventaja como una obligación. La organización de eventos, talleres, conversatorios y lanzamientos especiales muestra nortes específicos, en los cuales los horizontes comunicativos de las redes suman posibilidades a los artistas en actividades análogas a la producción musical misma. En esa línea, el comentario de Lamacchia (2017) sobre la escena independiente argentina se traslada con efectividad al contexto local:

(...) factores como la gratuidad, el fácil manejo y acceso, o la conexión directa con el público, compensan de algún modo la escasez de recursos económicos, de probabilidades de divulgación en medios masivos de comunicación y de entrada al mainstream (p. 185).

Se tratan de terrenos donde históricamente los músicos de la escena no han tenido vías de acceso, y son barreras que también se mantienen y replican a través de los nuevos espacios, si bien con un cariz distinto. La oportunidad de lo digital recae en la generación de dichas oportunidades y la apropiación de espacios y tecnologías hacia las cuales en el pasado había mayores brechas de acceso. Ello responde a fenómenos de *des-territorialización* y *re-territorialización* de tecnologías y elementos de la misma industria y el *mainstream* para las expresiones musicales de los artistas, relacionados a un discurso

²⁴ Jerga empleada por los entrevistados; refiere a la obtención de materiales y/o conocimientos específicos necesarios para llevar a cabo su labor, los cuales tienen que buscar activamente o por otros medios (puede entenderse como *búsqueda de recursos*).

contracultural inherente a la identidad de la escena experimental (Gonzales Ágreda, 2012). Se produce un diálogo constante donde lo digital aúna ambos terrenos en un mismo gran espacio común y donde se ven las distinciones estéticas que poseen. Dicho fenómeno es lo que también fuerza a los músicos a adaptarse a dichos terrenos, dado que la periferia en lo virtual termina estando más cerca y comparte similares formas de producción y difusión con espacios físicos presenciales, más diferenciados en *ethos* y lógica.

Estos debates regresan a la dicotomía tensiva entre comercio y creatividad desarrollada por Hesmondhalgh (2013), que en su núcleo implica una tensión dada entre capitalismo y cultura. Es decir, se pone en tela de juicio la democratización presuntamente provista por los fenómenos de digitalización. Vale resaltar que no son efectos siempre evidentes en todos los casos y tienden a tomar formas particulares, dado que se habla de una escena y subcultura de nicho, periférica; son, sin embargo, los distintos fenómenos del marketing y su omnipresencia en múltiples áreas de las industrias creativas los que no pueden negarse como la contraparte de la accesibilidad comunicativa de los entornos virtuales. No es un fenómeno nuevo a lo digital, pero los entornos de las plataformas y redes sociales presionan e incentivan el trabajo de imagen y difusión activa de la producción, al compartirse el espacio común con otras disciplinas y nichos más cercanos al *mainstream*. Se enmarcan en ello las complicaciones de adaptación al ritmo de producción, manejo de redes y cuestionamientos sobre la autonomía creativa en dicho marco de lógica cultural.

Características base de la digitalización como el alza del contenido generado por los usuarios y la inicial disrupción del manejo de la propiedad intelectual evidencian cómo eluden a la inicial democratización el alza de plataformas como Spotify y su evolución en el tiempo. La concentración de medios y contenido a través de las plataformas y los sistemas de *streaming* contradice a la llamada democratización por su presencia a nivel global y, aun así, opacas formas de operar vistas en las controversias por las tasas de pago (Hesmondhalgh, 2019). En cierto modo, es un acceso libre y democratizado hacia espacios controlados y que benefician cierto tipo de prácticas y contenido hacia el cual distintos grupos pueden adecuarse de mejor o peor manera.

La forma de afrontarlo, por ello, cambia según a quién se le pregunte por cómo se aprecian estos fenómenos, sea desde una perspectiva de oportunidad o de coerción. Estas

percepciones resumen bien el doble efecto de la digitalización y el diálogo / tensión constante de ambas fuerzas, y se relacionan a tradiciones muy atadas a la identidad de lo *underground* y lo independiente. Esto puede traducirse, por un lado, en cuánto el artista valora su independencia y ética de trabajo al afrontar la presencia de actividades de imagen personal y marketing en redes. Se percibe como ajeno y antitético a aquello que representa usualmente una aproximación experimental hacia el arte sonoro, en su rol de contracultura como legado histórico. Aquello que se denomina como *underground* porque “suena *underground*”: se atan concepciones estéticas y culturales, formas artísticas y ubicaciones sociales. En ello es que radica la tensión de las prácticas musicales entre “elementos propios del funcionamiento hegemónico del mercado, así como también expectativas y representaciones que se presentan antagónicas” (Quiña, 2012, p. 53). Tradiciones de la industria musical y las subculturas cimentan una relación compleja en la que, por otro lado, se encuentra la aceptación e incorporación de dichas prácticas dominantes y plataformas hegemónicas como oportunidades de trabajo, difusión artística y crecimiento. Los medios digitales y ciertas plataformas pueden servir como vehículos para expandir el nicho ya existente del público de estos tipos de música en el contexto local, así como una herramienta útil para afianzar redes de contactos tanto a nivel nacional como internacional. Son dos percepciones que no siempre resultan mutuamente excluyentes, lo que se evidencia en ciertos artistas que acatan ciertas prácticas de la lógica imperante con renuencia, dado que rechazarlo sería fútil o no aportaría mayor beneficio. Es una relación compleja en su simbiosis y posición que representa para los actantes de un nicho específico y periférico, de tradición usualmente alejada a ciertas costumbres del *mainstream*.

Un ejemplo de ello es el fenómeno de la *aversión al crecimiento*, también comentado en el trabajo de campo y explorado en la tradición de ciertos géneros musicales; es decir, apreciar más el valor del nicho específico y dedicado de oyentes que se adecúan más a los valores o éticas de las escenas en cuestión (o que presentan un interés de partida en dichas expresiones sonoras) que el poder llegar a mayores públicos y circuitos. El crecimiento, visto a través de la lógica del capitalismo tardío, se percibe como una traición de los valores del *underground* y genera un rechazo al acatar y trabajar con mayor dedicación las labores atadas a las redes sociales, la imagen visual en plataformas y el marketing en sí. La popularización, en cierto modo, implica perder la esencia que le da valor a la música misma, o en su defecto avocarse más al *show* o espectáculo visual que

distraería del producto mismo. Se anotaba previamente cómo se replicaban jerarquías y taras en relación a lo *mainstream*, que pueden verse tanto a nivel macro en la música como en otros medios, en la misma escena nicho de electrónica experimental. Resulta un fenómeno más transversal, pues la aversión se expresa tanto a un nivel de evasión y rechazo externo como interno.

Las perspectivas más abiertas respecto a la escena y su necesidad de apertura y aprovechamiento de los modelos hegemónicos de difusión y distribución musical rechazan y cuestionan la *aversión al crecimiento* como una actitud más regresiva y perjudicial para la escena; divisiones y tensiones se perciben en un entorno donde, aun así, la *re-territorialización* de los espacios y tecnologías se va produciendo paulatinamente.

1.16 Redes sociales y entornos virtuales

El término clave al hablar de los artistas independientes y el trabajo de redes sociales es la *multifuncionalidad*: se da un mayor involucramiento en la gestión de tareas *extra-musicales* como producción, marketing, relaciones públicas, manejo de redes y plataformas, organización de eventos, etc. (Lamacchia, 2017, p. 186). Independientemente a la percepción que tengan los artistas, la multifuncionalidad engloba y condensa el principio central bajo las prácticas musicales en la era digital. Hacia las redes sociales, son las labores comunicativas que se asumen hacia el público y la autopromoción que se requiere realizar dada la plataforma que el artista posee.

En primer lugar, esto implica una labor constante adicional que tiene que actualizarse en el tiempo. El material debe tener un proceso de marketing y anticipación que permita generar un lanzamiento más redituable, exitoso y con mayor potencial de difusión. A través de la constancia de la publicación de contenido, el artista va armando también un catálogo accesible para los usuarios y nuevos públicos (pertenecientes o no al nicho) el cual se va acumulando en el tiempo; se da una desvinculación intrínseca del tiempo y del espacio en las redes sociales visto en la llamada *simultaneidad despacializada* (Cáceres Zapatero et al, 2017). Como también indica Riveros Muñoz (2018):

(...) los artistas hoy tienen la facultad de renovar constantemente el contenido manteniendo actualizada a su audiencia, porque en caso de no hacerlo, o mostrar un

contenido que no tenga valor, quedarán marginados y con el riesgo de perder lazos, que se traduce en bajas de seguidores (p. 62).

Con ello, la facultad de autopromoción y comunicación de contenido se torna más en una obligación de suma importancia junto a la manutención de las plataformas mismas de acceso, sea un perfil de Bandcamp, un link en servicios de *streaming* u otros. Es el trabajo de imagen la base de todo ello, y termina siendo una forma de validación de la labor de los artistas. Las escenas experimentales plantean un diferencial a las audiencias por medio de la interdisciplinariedad con otras artes visuales cercanas y con la particularidad de las presentaciones en vivo, pero aun así se habla de sectores de artistas no dedicados en el marketing usualmente y que tienden a mostrar cierto hermetismo y parquedad en su comunicación externa. El público tiene que actuar de forma activa con la música, una que tienden a requerir de espacios y condiciones de escucha particulares, además de una actitud de apertura particular hacia aproximaciones no tradicionales de producción sonora.

Con ese tipo de propuestas, por otra parte, se producen espacios de encuentro donde los nichos pueden desarrollarse con mayor interconexión y soltura. Las facilidades de encuentro y llegada muestran un flujo en el que los espacios virtuales han generado mayor proliferación de la promoción de cursos y talleres vivenciales, además de las presentaciones en vivo y colaboraciones interdisciplinarias en distintos espacios culturales; la estética y el *ethos* fungen como común denominador en una línea cultural que expande el nicho y ayuda a los artistas a llegar a sus públicos, además de afianzar redes de contactos entre sí. Se resalta también cómo usualmente la publicación misma de la música termina siendo más un afán promocional de llegada al público y catálogo de acceso para la promoción y anclaje de prácticas de distribución más redituables. Se destacó previamente el uso del *merchandising* y la revalorización del vinilo, siendo estos formatos físicos de venta directa maneras en las que las redes sociales establecen un puente de ganancias potenciales. La realización de estas actividades es un potencial punto de expansión de la escena y trabajo de los artistas y sellos discográficos, también presentes en redes sociales y outlets como Bandcamp, donde pueden ofrecer su catálogo. Son prácticas que se enmarcan en ritmos de publicación y encuentros rápidos y constantes; en ello, se regresa a la dicotomía previa de aceptación Vs. rechazo que se mantiene prevalente en múltiples artistas.

En dichas tensiones y contradicciones es que se encuentra una ineludible colisión de la naturaleza de las redes sociales y la identidad histórica de la escena experimental. Si bien es redundante regresar a la velocidad de publicación y actividad que promueven las redes sociales y la dependencia de la capacidad de adaptación de los artistas para aprovechar dichos espacios y herramientas, sigue siendo importante recalcar que es un ritmo al cual no todos pueden adaptarse con soltura y que también resulta antitético a una escena usualmente renuente al trabajo de comercialización de imagen y presencia constante. Por otro lado, se modifica la relación con los públicos, hacia los cuales la presentación de una estética particular puede proveer distintos atractivos en tanto ambos roles (artista y oyente) son productores y audiencia.

Sin embargo, es una lógica y noción que se reconoce como insuficiente; el netamente estar activo en redes sociales y aumentar una base de seguidores es una necesidad que no quita la necesidad de un reconocimiento monetario mayor y directo (Ozturk, 2018). Esto también se debe a la naturaleza de la escena: la virtualidad de las redes es un vehículo hacia la presencialidad, donde sigue radicando la proliferación y desarrollo de la música experimental como una escena en sí que evoluciona y aumenta en público y exponentes. El desarrollo de la virtualidad durante la coyuntura de la pandemia mostró puntos novedosos de desarrollo donde se enfatizaron dos puntos centrales: el potencial de conexión entre los artistas por medio de las redes hacia la organización de colectivos, y la necesidad de los actos presenciales y las actividades análogas a la producción musical misma para lograr la sostenibilidad en el tiempo.

Esto también se relaciona a las redes sociales como un entorno fuertemente visual, algo que por el momento todavía resulta una clara problemática respecto a cómo la escena se presenta. Esto se enfoca más bajo la tradición de muchos artistas ya establecidos en el circuito experimental y la ya resaltada heterogeneidad de músicos e identidad sonora en su presentación. Son entornos que privilegian para su aprovechamiento una línea visual definida y consistente a través de las plataformas y redes. La identificación y posibilidad de catalogación cultural puede verse como una oportunidad, si bien también trae cuestionamientos respecto a lo que más beneficie a los artistas. Son fenómenos de *mal necesario* en los que el diálogo se mantiene activo en el tiempo.

1.17 Lógicas de producción y evolución en el tiempo

La tradición histórica que traza la evolución de la electrónica experimental en el Perú realza muchos de los contrastes y dicotomías expuestas en párrafos anteriores. Ver a la actualidad implica todavía una mezcla de tiempos y generaciones de artistas en los que se traza un particular quiebre desde la década de 1990. Las influencias del *underground* a nivel internacional y su alza en prominencia a través del *shoegaze*, *post rock*, *IDM* y otras formas de *drone* y *noise* en Lima trae una heterogeneidad intrínseca al movimiento experimental, aún con exponentes numerados y de nicho. En ello es interesante apreciar cómo el *ethos* se traslada de manera casi intacta gracias a la intrínseca vinculación de los procedimientos experimentales, la tradición de la electrónica como género musical y el uso de la tecnología en los procesos de composición. La “prueba y error” que resalta Alvarado (2015) como parte del ideario de la música experimental se mantiene como hilo conductor: lo digital también hace un uso orgánico de la aplicación del reciclaje y la reutilización para la exploración sonora (p. 360). El escenario reciente mantiene la noción de balance de lo académico y lo autodidacta puro, mezclando influencias variopintas y dando forma a nuevas expresiones sonoras que acarrearán las aproximaciones históricas locales con influencias sonoras internacionales. En ciertos casos hay mezclas e influencias de los géneros musicales peruanos; si bien el asunto de la identidad es un aspecto aparte que requiere su propia profundización y estudio, hay esbozos que ameritan discutirse en el marco de esta investigación.

En la actualidad es imposible no plantear estos debates de cara a la globalización y los propios fenómenos que ello ha conllevado con el paso hacia la digitalización en muchos frentes de la producción y difusión musical. Más allá de la transición al modelo de música 2.0 planteado por Yúdice (2013), la globalización ha de verse desde la interconexión y ubicuidad en la que pone al sujeto dentro de este tipo de entornos. Los círculos y la internacionalización mencionada son constantes en el flujo de información en los que el acceso supera a la propiedad como activo que buscan los usuarios; es en ello que se ven los efectos de la digitalización de escenas donde la producción se amolda con soltura en la tecnología, pero con dificultad en las nuevas prácticas que aparecen. Ozturk (2018) hace énfasis en el peso del capital social dentro de estos entornos y la necesidad de que los artistas puedan existir “tanto en medios nuevos como en los tradicionales, manteniendo su relación con la audiencia y conservando su visibilidad para poder sostener su éxito y sustento económico” (p. 101). La labor de ida y venida es un efecto

que también ataca hacia las relaciones que se configuran en entornos digitales y que, en esa línea, se pueden apreciar bajo un lente identificativo. Son nichos dentro de nichos, y el fenómeno identitario se presenta como un ente fluido donde pareciese contradictorio intentar darle una definición que los agrupe sin contar la heterogeneidad.

En medio de ello, la distribución periférica es también un área donde se bebe de otros fenómenos de la globalización. Lessig (2008) lo plantea desde el enfoque de la cultura *remix* o de la remezcla, y en ello no puede dejar de destacarse la lógica con la que el libre acceso y las lógicas de la escena se presentan. Dos aristas se toman como clave: por un lado, bajo un marco de economías híbridas²⁵, destaca la manera en la que los artistas generan un valor adscrito a su arte y material publicado y difundido, junto al ya mencionado capital social de las redes de contacto y presencia en entornos digitales donde la notoriedad compensa la falta de reconocimiento económico; por otro lado, Lessig muestra con efectividad cómo la cultura libre del internet abre el acceso tanto a la producción gratuita e inmediata por medio del software abierto, como a la remezcla misma de los procesos de formación auditiva y cultural. Se destaca cómo muchos de estos micro géneros desarrollados bajo el paraguas de las prácticas experimentales hacia el arte sonoro son una consecuencia directa de la globalización, en tanto exponen a los artistas locales a referentes del *underground* internacional y, en ello, generan también una retroalimentación activa de sus pares con trasfondos y formación similares. Los sonidos que se van desarrollando responden a tradiciones y prácticas de remezcla en múltiples niveles, tanto de influencia como de composición y difusión. Son fenómenos también vistos en el alza del arte interdisciplinario, las prácticas del *video-mapping* y las instalaciones. Bajo una cultura *remix*, la lógica de producción apela hacia la variedad y desarrollo de tradiciones sonoras globales recontextualizadas en lo local, en ciertos casos mirando hacia el legado histórico de compositores como Bolaños y Valcárcel hace medio siglo atrás.

Frente a la heterogeneidad descrita, una duda creciente se alza frente a la duda de qué implica, significa o caracteriza *lo peruano* al momento de hablar de identidades sonoras y su reflejo a través de la música. Regresar a la pregunta tras los puntos previos implica

²⁵ Lessig plantea que el internet traería el alza de una combinación entre las economías comerciales, construidas con el dinero en su núcleo, y las economías de lo compartido, que se enfocan en construir valor. Dicho modelo se aprecia por medio de la oscilación de los artistas en el trabajo de las redes sociales y las plataformas, donde una economía híbrida obliga tanto a la búsqueda de opciones redituables como a la generación de un *valor* diferencial abstracto y basado en la relación con los públicos.

también reconocer que la característica de qué se reconoce como peruano, tomando en consideración las características de la producción local en medio de entornos altamente globalizados, es una abstracción que en lo sonoro puede expresarse en formas diversas según el artista que se trate. Son ejemplos clásicos en dicha línea los del *tropical bass*, la *tecnocumbia* y la música académica de compositores en términos formales, donde la identidad peruana se adjudica al uso de instrumentos vistos como nacionales y vinculados a tradiciones musicales autóctonas, así como *motifs* ligados a expresiones sonoras de culturas locales. Dentro de lo experimental, usualmente, esto tiende a abarcarse por ángulos distintos donde la relación es más simbólica y arbitraria: la historia de la escena experimental limeña tiene un gran vínculo con el *noise* y las performances de artistas como Paruro:

(...) nombre que remite a un mercado negro limeño de venta de equipos de sonido y de técnicos electrónicos. Una alusión nada gratuita tomando en cuenta que el mercado Paruro ha sido el símbolo de una cultura local de informalidad. Paradójicamente, dicha informalidad ha permitido empujar a nuestros músicos hacia rutas de exploración fascinantes (Alvarado, 2015, p. 361).

La identidad, obedeciendo a la lógica y tradición del *underground*, está ligada a procesos y desarrollo de nichos que, por medio de sus prácticas en el tiempo, generan un patrón. La oposición hacia proyectos como *Dengue Dengue Dengue* radica en la conjugación de influencias en un proyecto sonoro donde no se presentan patrones reconocibles bajo los marcos culturales esperados o conocidos de las expectativas de identidad de lo peruano. El desarrollo de nuevas tradiciones sonoras en las escenas de electrónica experimental, incluso naciendo bajo un marco internacional, plantean la pregunta en la globalización digitalizada de si la reincorporación de estos sonidos terminaría siendo una *exotización* que no respondería a expresiones particulares del intérprete, sino a expectativas del público y a un fenómeno de fluidez y dispersión que trae mayores problemáticas, al querer encasillarlo más allá de su evolución en el tiempo.

1.18 ¿Qué representan las plataformas y el *streaming*?

El entorno digital y sus efectos en las prácticas de los músicos están necesariamente enmarcados en la llamada *sociedad de plataformas* de van Dijck (2018), por la manera cómo ello articula a los múltiples actantes de las escenas estudiadas. El dominio de una

estructura productiva por medio de los servicios y la *commodification* de la data trae una lógica en la que también resalta cómo se ven inmersos los artistas: son sistemas ubicuos que generan una dependencia por su transversalidad. Hablar de los servicios de *streaming* y de las redes sociales implica tratar el orden subrepticio de los distintos servicios que ordenan las jerarquías y formas de producción cultural en el capitalismo tardío. Srnicek (2017) argumenta que el capitalismo de plataformas tiene una tendencia inherente de la generación de rentabilidad por medio de los servicios; plataformas de producto como Spotify y similares marcan tendencia por tratarse de servicios vivos en el tiempo, que encuentran nuevas vías de monetización y desarrollo de su base de usuarios respecto a las funciones sociales crecientes que promueven la interacción continua. El alza de estas formas de consumo se evidencia y apoya en lo incentivado por el capitalismo de plataformas y sus tendencias hacia la recolección de información monetizable, siendo el servicio provisto un afán secundario (en estos casos, la música en sí). En ello también se evidencia el enfoque dirigido en su mayoría hacia el usuario y las distintas conveniencias que se le pueden dar (o generar) para mantener su pago e información. Además, siendo un portal de difusión tan atractivo por su llegada, forma parte de una cultura que prioriza a ciertos tipos de géneros musicales e industrias y propicia su dominio a través del marketing, teniendo a la vez el alcance y perforación suficiente en el núcleo de las prácticas musicales para jalar a las periferias a tener que jugar en el mismo terreno, bajo una lógica de producción antitética a sus tradiciones.

Tomando esto en cuenta, el ingreso de Bandcamp al panorama de las plataformas cobra todavía mayor interés en contraposición del alza y dominio del *streaming* y los servicios. Tratándose de una plataforma orientada hacia los productores, la posición de Bandcamp delata un fenómeno de fondo complejo y fascinante en cómo, por un lado, se pueden tomar y recontextualizar las herramientas menos amigables hacia el *no-mainstream* para el empoderamiento y autonomía de los artistas y distintas comunidades, y, por otro lado, ver de qué maneras el capitalismo de plataformas absorbe y transforma de forma ineludible a toda iniciativa bajo su manto. Aspectos discutidos respecto a las prácticas y roles que los músicos tienen que asumir bajo una plataforma tan abierta como Bandcamp, lo cual les permite llegar a mayores nichos y audiencias, pero conllevando mayor dedicación, tiempo y adecuación. Nicolaus (2019) expone la dificultad de un caso híbrido

como este al clasificarla en un tipo de plataforma: es una plataforma *lean*²⁶ en la línea de Uber, donde la ganancia yace en la comisión por el servicio que realizan los productores musicales mismos (puesto que Bandcamp en sí no posee activos o propiedad de la música, sino que da el lugar y las condiciones a los artistas para realizar las transacciones), pero también comparte características de una plataforma de producto como Spotify, al ofrecer una suscripción con beneficios tanto de escucha como de análisis de *data* del material que el artista sube, personalización del perfil propio y tenencia de dicho dominio (además de manejar sus formas de algoritmos de recomendaciones y *data* misma de los usuarios, si bien por el lado de los destacados en el *outlet* y en colaboraciones con medios especializados en una línea menos pegada al *advertising* predominante de los servicios de *streaming*).

En una extraña posición, entonces, Bandcamp adopta costumbres y prácticas de ambos lados, como heraldo de la tradición de la autogestión y como continuista de los patrones de la lógica de producción de la sociedad de plataformas. En dicha línea, Nicolaus (2019) también sintetiza con efectividad el balance a realizar:

La crucial diferencia, sin embargo, es que Bandcamp reduce significativamente las barreras de acceso y permite a cualquiera con acceso a internet la oportunidad de compartir su música online. Por lo tanto, los músicos que estén pensando usar Bandcamp primero han de preguntarse qué esperan obtener de ello (p. 24).

En cierto modo, es también un doble efecto lo que representa un caso como el de Bandcamp²⁷: echa luces a la comprensión del complejo panorama de la electrónica experimental y su sostenibilidad en el tiempo por el esfuerzo y roles que conlleva asumir, mostrando a la vez una opción y camino por el cual el trabajo autogestionado puede contar con un espacio de crecimiento y desarrollo de nicho que, en cierto modo, resulta más adecuado para estas escenas. Es una noción que la misma plataforma refuerza por medio de su discurso y estética, pero del que es importante examinar hasta qué punto puede cumplir sus promesas. El éxito de Bandcamp en la solidificación en el tiempo de

²⁶ En español se adecuaría como *plataformas de apoyo*, si bien la traducción de Giacometti (2018) las adapta como *plataformas austeras* debido a su naturaleza intermediaria que no posee bienes en sí, pero que habilita el servicio.

²⁷ Un efecto curioso durante el desarrollo de la investigación fue la compra de Bandcamp por parte de la empresa Epic Games en marzo de 2022. Como se comenta posteriormente, es un suceso que no coincidió con el trabajo de campo y que, cuando se redactó el cuerpo del trabajo, no se encontró como incidente en el análisis de la plataforma. Es, sin embargo, un hecho que será crucial en el futuro, y uno que da mayor sustento a las hipótesis arrojadas en estos párrafos.

una plataforma dirigida hacia los artistas y la música independiente llama la atención respecto a cómo seguirán evolucionando los modelos de plataformas mixtas en el futuro, si dicho desarrollo terminará decantándose por una lógica de producción o la otra, y cuál logrará ser su incidencia en el pivote constante de los modelos de negocio en la música y las lógicas subyacentes bajo la distribución digital.

Redondeando el panorama hacia las prácticas independientes, Spotify y similares se presentan como un particular caso de adecuaciones y contrastes. Debatir los roles que cumplen las grandes plataformas bajo el panorama de la industria musical en la era digital se antoja fútil en su escala, si bien hay una relación importante a destacar que regresa a las tensiones entre capitalismo y creatividad. Dejando las barreras de acceso aparte, el *streaming* representa un cambio general en la manera que las personas perciben su relación con la música y cómo esta se consume, personaliza y comparte en un entramado que acarrea a una experiencia social de conveniencias. Apostar por la escala conlleva también agrandar las brechas de acceso respecto a los artistas y músicas que no se adecúan a dichas condiciones predominantes; se trata de géneros que no son tan inmediatos, canciones de duraciones más largas que no se benefician de un modelo de paga por reproducción que requiere de entrar a la lógica de producción para poder convertirse en un ingreso decentemente significativo, lo que inclusive se presenta como un deseo absurdo. El asunto de la escala también implica que es la ruta a tomar, una que por el momento parece quedarse por los próximos años en una línea similar a la que habría de revolucionar la industria hace poco más de una década.

Para los artistas independientes, las plataformas y el *streaming* son tanto una nueva inconveniencia como una oportunidad a medias. El doble efecto se replica también aquí, donde el trasfondo resulta un llamado a la examinación de cómo se articulan las escenas y los nichos, y de qué manera la percepción en las prácticas de producción y difusión afecta a las direcciones que tomarán los artistas de una escena sobre su trabajo. Representan las acentuaciones de viejas taras y problemáticas en entornos que proveen nuevas oportunidades, pero con condicionales que pareciesen desmotivar y desincentivar su adecuación y adaptación para lograr el mayor aprovechamiento en pos del desarrollo de estas escenas y artistas. Sea hacia la resistencia o hacia la asimilación, se destaca que son nuevos roles y funciones que ya resultan la norma, independientemente de cómo resulten las percepciones sobre los mismos.

1.19 De cara al futuro de la escena

¿Son significativos los cambios en la lógica de producción cultural de la electrónica experimental en Lima? La respuesta, en el fondo, es no necesariamente. Por un lado, el panorama planteado a través de la digitalización en un mundo globalizado se traduce en múltiples nuevas labores, prácticas de producción y difusión, y maneras en las cuales se producen las interacciones entre los artistas, públicos, sellos discográficos y la naturaleza misma de la música. La manera en la que han cambiado los modelos de negocio es definitivamente un efecto considerable en la lógica de producción cultural, y la accesibilidad tecnológica y de aprendizaje ha resultado en un alza tanto de la autogestión como de lo autodidacta. Sin embargo, la evolución en el tiempo de estos fenómenos se ha dado manteniendo en esencia las problemáticas de sostenibilidad en el tiempo y efectos del *mainstream* en la periferia, que son los mismos que en décadas pasadas si se les ve en su esencia. Las preocupaciones mayores sobre la imagen y los roles asumidos en redes sociales y plataformas son traducciones y evoluciones de otras tradiciones de marketing del artista y de autopromoción, que pueden verse desde las décadas previas al nuevo milenio, solo que ahora consolidados y al alcance de nuevos grupos y nichos a los que podía resultarles un campo más ajeno en el pasado. Ello no quiere decir, por supuesto, que las cosas se mantengan iguales, y en ello gran parte de la discusión ha estado dirigida a analizar y exponer nuevas formas y características que toman las tensiones macro ineludibles entre creatividad y comercio, entre capitalismo y cultura, que tienen que seguir rastreándose en el capitalismo tardío dominado por las plataformas. Solo que, enfocándose hacia las escenas más periféricas en el contexto local, los efectos que a veces la globalización hace parecer más perforantes y cambiantes a nivel macro no permean tanto aquí.

Dicho esto, hay validez en mirar hacia el futuro con tintes optimistas. La formación de colectivos y colaboraciones parece apuntar a un mayor crecimiento gracias a las herramientas de los entornos digitales y las redes sociales; la interdisciplinariedad artística y el aumento y atomización de subculturas y nichos con distintas identidades e intereses muestra que el desarrollo es una posibilidad. La *re-territorialización* tecnológica, de la que los artistas experimentales hicieron gala a inicios de los 2000, se mantiene como norma y evidencia empoderamiento, autonomía y capacidad en la generación de oportunidades de progresión artística y de reconocimiento económico. Los

esfuerzos conjuntos siguen siendo la forma predominante tanto de adecuación como de resistencia en los casos observados, y la realización de eventos, performances en vivo, conversatorios, ferias y recopilatorios muestran en cierta manera el escape que Srnicek (2017) describe como las plataformas libres y públicas; no en un sentido formal y sistematizado, pero sí en pequeños esfuerzos autónomos y autogestionados, que pueden tomarse muchas de las conveniencias y posibilidades de la digitalización en la generación de entornos adecuados para la escena experimental y donde puedan darse, en la medida de lo posible, compensaciones monetarias justas en un campo donde ello nunca es una seguridad.

Algunos aspectos que también vale mencionar sobre las problemáticas encontradas en la exploración de campo están relacionados al manejo de los derechos de autor y la propiedad intelectual bajo la lógica de las plataformas, así como el rol de los organismos culturales y estatales en la promoción y reconocimiento de los artistas. La exploración de la cultura libre en el marco de la electrónica experimental muestra que el desconocimiento de la propiedad intelectual en terrenos digitales sigue siendo un inconveniente, sobre todo en relación a su cercanía con los servicios de *streaming* y los sellos discográficos en las plataformas. La relación usualmente delicada y variante, según el caso, resulta por ciertos lados una obligación más de las adaptaciones mencionadas; por otro lado, puede verse como una minucia a ignorarse debido al objetivo y características del arte experimental: los valores contraculturales y el acceso abierto, ya de por sí vistos como aspectos poco lucrativos, tampoco muestran el mayor interés en ello. No se le deja de lado, pues pertenece a la base de publicación en plataformas y el beneficio económico que podría conllevar, independientemente de cuán significativo resulte, pero no pareciese ser el enfoque primordial frente a otras prácticas y aproximaciones hacia la producción y difusión. El rol estatal y cultural de organismos externos, por otra parte, se encuentra como un asunto de cierta delicadeza: ¿cuán prioritario puede resultar el enfoque y apoyo a este arte en un contexto macro, tomando en cuenta otros intereses expuestos respecto a la identidad? Y es, sin embargo, un punto crucial en el que se reconoce que todavía los esfuerzos resultan poco significativos en uno de los roles más importantes para generar público e industria.

CONCLUSIONES

- En la era digital, surgen nuevas y múltiples prácticas de producción y difusión musical, las cuales tienen un doble efecto: dar herramientas y empoderar a los músicos, pero en paralelo también presionarlos a acatar dichas herramientas y formas de producción, difusión y consumo bajo la lógica de producción que promueven las redes sociales y el *streaming*. En ello, la escena experimental no encuentra grandes cambios en la naturaleza de las prácticas de autogestión que realiza: se añaden algunas nuevas a las que se mantienen, pero en general se presencia un traslado y fusión en relación a la tradición previa.
- Las prácticas de producción musical ganan un eje mayor de accesibilidad y opciones, promocionando aún más la tradición DIY y la formación autodidacta del aprendizaje musical, si bien se mantiene una presencia académica considerable en los referentes y formas de composición, que incorpora la aleatoriedad y el procesamiento digital. La difusión obedece y se vincula con el trabajo de redes sociales e imagen del artista, además de la colaboración con los sellos discográficos independientes. En ambos casos, se les exige roles y labores de marketing para los que no tienden a estar preparados, así como el desarrollo de una identidad visual y una labor de comunicación que se suma a la autogestión de los artistas.
- Se deben tomar en cuenta la cultura de remezcla, las dificultades de publicación en línea y la contraposición en páginas como Bandcamp (de libre acceso y cultura libre en la periferia). Los entornos digitales proveen un grupo considerable de opciones de publicación y distribución de música y contenido análogo: el panorama de autogestión da alta personalización al artista y vías de libre acceso. La cultura libre en la periferia no se ve completamente afectada, pero sí aquejada en ciertos aspectos por la predominancia de los modelos de *streaming* y los requerimientos que tienden a necesitar en temas de conocimiento de derechos de autor y DRM (o manejo de propiedad intelectual) por medio de la intermediación con los sellos. Es un trabajo de obligación, necesidad e inconveniencia para los artistas en múltiples frentes.

- Spotify y Bandcamp, como plataformas, se contraponen entre sí por su enfoque, siendo la primera dirigida hacia el usuario y la segunda hacia el artista. Ello cambia la manera en la cual estructuran sus modelos de negocio y modos de publicación y difusión de material musical. El *streaming* se opone a la monetización por venta directa, lo que beneficia más a escenas periféricas como la experimental; sin embargo, el uso de data y marketing de plataforma hace que tanto Spotify como Bandcamp caigan en lógicas de producción cultural similares y dictaminadas por la producción constante y popularidad / visibilidad en entornos turgurizados. Es por ello que, a través de las plataformas y las tendencias culturales actuales, no puede hablarse de una reconfiguración de uso, debido a que las problemáticas de fondo y la naturaleza de las prácticas se mantienen igual que en el pasado, más allá de que se cuenta con mayor control de la autogestión gracias al empoderamiento de manejo y acceso brindado por lo digital.
- El paso por la virtualidad durante la coyuntura pandémica trae dos aristas contrapuestas, tanto en la proliferación de eventos virtuales como performances en vivo, conversatorios y colaboraciones, como en las dificultades de sostenibilidad producidas por la falta de espacios necesarios para la escucha y performances presenciales que den una ventana de acceso al público y a la venta de *merchandising*. En ello se encuentra un posible norte, pues a través de la internacionalización que promueve la globalización y la facilidad en la comunicación para formar asociaciones y colectivos que cercioren en la autogestión el desarrollo de la creatividad y la sostenibilidad en el tiempo.

RECOMENDACIONES

Las conclusiones expuestas se presentan como un esbozo tentativo bajo la investigación realizada, si bien se reconocen las limitaciones del estudio respecto a la cobertura de la muestra, la información en bruto disponible sobre las plataformas analizadas y la evolución constante del panorama digital del *streaming* y las redes sociales, con relación a la información discutida.

En la investigación realizada, no puede dejar de destacarse el periodo de tiempo en el cual se realizó (pandemia y aislamiento por la COVID-19), tomando en cuenta una coyuntura altamente volátil que suma mayor impredecibilidad al mantenimiento en el tiempo de las conclusiones e hipótesis arrojadas. En ese sentido, se reconoce como limitante la falta de exploración de espacios presenciales y performances en vivo, las cuales son un eje central que amerita su propio foco. Dicho marco temporal probó ser una dificultad respecto al proceso de muestreo y realización de entrevistas, el cual se realizó en dos periodos distintos dentro del contexto pandémico. De todas maneras, se destaca respecto a un instrumento del cual se tuvo que adaptar ciertas preguntas cuando la realidad exigía un reenfoque. A continuación, se detallan ciertas recomendaciones que puedan ser de uso o guía para futuras investigaciones en el campo:

- El consumo musical, tan o más importante que la producción de la música misma en la actualidad, es un eje que se debería explorar más a fondo. Se recomienda profundizar en usuarios y oyentes de música experimental en Lima y en el Perú, así como en otros países de Latinoamérica; factores que motivan a las personas y públicos interesados en escuchar este tipo de música, así como actitudes particulares frente a la escucha y consumo artístico. Ello puede ayudar a redondear aristas no cubiertas dentro del presente trabajo y configurar una perspectiva holística respecto a la música experimental como fenómeno transversal.
- Con las limitaciones explicadas previamente, es también recomendable un estudio etnográfico que priorice la observación participante; es decir, poner en foco la exploración y análisis de los espacios en los que estas escenas y artistas se desarrollan. Se considera positivo al momento de analizar fenómenos de descentralización, particularidades de la actividad autogestionada de espacios culturales para el nicho

experimental, y el desarrollo de la identidad y estética que provee tanto el aspecto social como el visual.

- El arte multidisciplinario, si bien no un eje central dentro del tema investigado, se percibe como una tendencia en constante crecimiento y presencia dentro de la escena experimental limeña: la intersección es notoria. En respuesta a este aumento, se recomienda realizar un estudio que tenga como foco al arte multidisciplinario como propuesta particular de la actualidad y su posición dentro del arte contemporáneo, en el que se destacan fenómenos como las proyecciones VJ, collage, intervenciones, performances, etc.
- En el tiempo que se desarrolló esta investigación, la plataforma Bandcamp fue comprada por la compañía Epic Games, una de las mayores empresas en el entretenimiento en la actualidad gracias al popular juego *Fortnite*. Dentro del trabajo de campo realizado en el periodo de transición y análisis de resultados, este hecho no ha significado todavía un factor que cambiara el funcionamiento de la plataforma ni su percepción dentro de la escena investigada. Sin embargo, es probable que ello suceda, por lo que se recomienda a futuro ver qué cambios se producen en el funcionamiento de Bandcamp como previa plataforma abanderada dentro del sector independiente, además del efecto de la compra de la plataforma en la percepción del público sobre ella.
- Un eje que merece su propia investigación focalizada pertenece al de los sistemas de distribución musical en el Perú y Latinoamérica. Se recomienda estudiar más a fondo las particularidades de las interacciones entre los sellos independientes (o artistas sin intermediarios) con las distribuidoras que permiten que la música llegue a los distintos servicios de *streaming*. Además, ello permitiría un contraste útil respecto a circuitos y mecanismos alternos de distribución digital popularizados en la actualidad, así como un debate particular respecto a las facilidades o dificultades de acceso a los mismos por parte de los músicos.
- Los medios de prensa musical o de divulgación dentro de la electrónica experimental en Lima son pocos y concretos. Sin embargo, los nuevos espacios de diálogo y divulgación que proveen las redes muestran un campo en potencial desarrollo futuro para figuras o proyectos enfocados en la música independiente / experimental peruana. Se recomienda observar a futuro el desarrollo de este axioma, uno que va de la mano con las redes sociales y su impredecible variabilidad en el tiempo.

REFERENCIAS

- Alvarado, L. (2015). Soñar con máquinas Una aproximación a la música electrónica en el Perú. *Música Popular y sociedad en el Perú contemporáneo*, 335.
- Apolo Valdivia, P. R. (2018). Música electrónica experimental y tecnología musical en el Perú (siglo XXI). *Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas*.
- Blánquez, Javier (2018). *Loops 2: Una historia de la música electrónica en el siglo XXI*. Reservoir Books.
- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L. & Morales, A. (2007). Qualitative Research Designs. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236–264.
- Esser, F. & Vliegthart, R. (2017). Comparative Research Methods. *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, 1–22.
- Filinich, R. (2017). *Hacia una escucha más allá del hecho de escuchar*.
- García Canclini, N. (Ed.). (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música* (Vol. 13). Fundación Telefónica.
- García Canclini, N. & Villoro, J. (2013). *La creatividad redistribuida*. Siglo Veintiuno Editores.
- Gonzales, W. (2012). *Estrategia transmedia para la difusión de la música experimental en Lima* (Tesis de licenciatura). Universidad de Lima, Facultad de Comunicaciones.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad* (Vol. 228, No. 7).
- Herazo Avendaño C., Valencia Arias A. & Benjumea Arias M. (2018). Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas. *Kepes*, 15(17), 27 - 67.
- Hernández-Sampieri, R. & Torres, C. P. M. (2003). Metodología de la investigación. *México, D. F. Sexta edición, McGraw-Hill Interamericana, 2014*.
- Hesmondhalgh, D. & Baker, S. (2013). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge.

- Hesmondhalgh, D. & Meier, L. M. (2018). What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1555-1570.
- Hesmondhalgh, D., Jones, E. & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as alternative music platforms. *Social Media+ Society*, 5(4).
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Duke University Press.
- Lamacchia, M. C. (2017). *La música independiente en la era digital*.
- Lessig, L. (2004). *Free Culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin.
- Marshall, L. (2015). “Let’s keep music special. F—Spotify”: on-demand streaming and the controversy over artist royalties. *Creative Industries Journal*, 8(2), 177–189.
- Morera, O. & Blánquez, J. (2002). *Loops 1: Una historia de la música electrónica en el siglo XX*. Segunda edición, Reservoir Books, 2018.
- Nicolaus, T. (2019). *The Platformization of the Music Industry-A Case Study of Bandcamp*.
- Nyman, Michael. (1974). *Experimental Music: Cage and Beyond*. Second edition, Cambridge and New York: Cambridge University Press, 1999.
- Ozturk, T. A. (2018). Social capital, relations and music world: networks in new media. *Journal of Economy Culture and Society*, (58), 91-103.
- Quiña, G. (2012). La cultura como sitio de la contradicción. Una exploración crítica de las prácticas musicales independientes en la ciudad de Buenos Aires. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XVII(35),31-57.
- Quiña, G. (2016). Culturepreneurship y condiciones del trabajo en las industrias creativas. Una aproximación a partir del caso de la música independiente. *RELET-Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 22(37), 197-220.
- Riveros Muñoz, J. E. (2018). *Streaming: la renovación digital de la industria musical (Tesis de pregrado)*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Rojas Neri, C. A. (2019). *La implementación de sonidos electrónicos en la producción musical de la música tropical instrumental peruana (2000-2018)*.

- Romero, R. R. (2015). *Música Popular y sociedad en el Perú contemporáneo*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Instituto de Etnomusicología.
- Romero, R. R. (2017). *Todas las músicas. Diversidad sonora y cultural en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Instituto de Etnomusicología.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. John Wiley & Sons.
- Tavolacci, C. (2017). *Experimental Music: Redefining Authenticity*. UC San Diego.
- Torres, Osuna, C. (2016). Músicos independientes mexicanos. Distribución, promoción y comercialización de sus creaciones. *Revista Luciérnaga / Comunicación*, 8(15), 24-33.
- van Dijck, J., Poell, T. & Waal, M. D. (2018). *The Platform Society*. New York, NY: Oxford University Press.
- Wikström, P. (2013). La industria musical en una era de distribución digital, en *C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. Madrid, BBVA.
- Witt, S. R. (2015). *How music got free: What happens when an entire generation commits the same crime?* Random House.
- Yúdice, G. (2013). La creatividad rearticulada, en N. García Canclini, y J. Villoro. (Coords.). *La creatividad distribuida*, 21-53.
- Yúdice, G. (2018). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*.
- Yúdice, G. (2020). *La circulación de música: digital y en directo*.
- Zavala, K (2015). *Industrias musicales y copyright: del modelo música 1.0 al 2.0. Hacia nuevas formas de apropiación, distribución y promoción musical en escenarios comunicativos de Internet* (Tesis de licenciatura). Lima: Universidad de Lima, Facultad de Comunicaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade Sevilla, S. G. (2017). *Espacios digitales de difusión de música alternativa en Quito* (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.
- Byrne, D. (2014). *Cómo funciona la música*. Editorial Sexto Piso.
- Cage, J. (1961). Experimental music. *Silence: Lectures and Writings*, 7, 12.
- Del Fresno García, M. (2011). *Netnografía*. Editorial UOC.
- Durham, B. (2018). *Regulating dissemination: A comparative digital ethnography of licensed and unlicensed spheres of music circulation* (Doctoral dissertation). University of Oxford.
- Eco, U. (1986). *Cómo se hace una tesis*. Editorial Gedisa.
- Figueroa-Bustos, A. (2020). La construcción mediática del músico y su producción como política: el rol de la prensa especializada chilena en el encuadre de los músicos independientes (2014-2018). *Contrapulso - Revista Latinoamericana de Estudios en Música Popular*, 2(1), 64-82.
- Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?* Caja Negra Editora.
- Hernández, R. (2014) La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas*, 23, 187-210.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The cultural industries*.
- McGregor, C. (2017). Nick Srnicek, and Alex Williams (2015) Inventing the Future: Postcapitalism and a World Without Work. *Concept*, 8(3), 6-6.
- Parc, J. (2019). The divergent paths of digital music service providers: A comparative case study of Melon and Spotify. *Orientaliska Studier*, 159, 51-66.
- Rogers, R. (2017). *Digital Methods for Cross-platform Analysis*.
- Ross, A. (2009). *El ruido eterno. Escuchar al siglo XX a través de su música*. Seix Barral.
- Toop, D. (2016). *Océano de sonido. Palabras en el éter, música ambient y mundos imaginarios*. Caja Negra Editora.
- Wikström, P. (2012). A typology of music distribution models. *International Journal of Music Business Research*, 1(1), 7-20.
- Yúdice, G. (2017). Postmodernity and transnational capitalism in Latin America. *Revista brasileira de literatura comparada*, 1(1), 87-109.



ANEXO 1: CUADRO DE OBSERVACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE EXTRACTOS DE ENTREVISTAS

N° Entrevista	Párrafo / bloque temático	Contexto	Extracto / cita	Código	Variables	Tema
1 (Diego Faucheux - Árbol)	1-A	Transición de componer a programar	<i>"La computadora es mi casa"</i>	Tecnologías y recursos	Herramientas, técnicas	Prácticas de producción
	3-A	Sobre su percepción de Spotify y su relación con los artistas	<i>"Spotify es una mafia de la data de producción musical"</i>	Data, hegemonía, consumo	Spotify (percepciones)	Plataformas, streaming
	3-D	Relación con los sellos discográficos y su rol en plataformas	<i>"Los sellos no son compañías de marketing"</i>	Colaboración, marketing, difusión	Sellos discográficos,	Prácticas de difusión
	2-B	Uso de redes sociales y su rol en la difusión de material musical	<i>"No uso mucho las redes sociales, pero son necesidad"</i>	Frustración, necesidad	Promoción	Redes sociales
	2-E	Respecto a las dificultades que presentan las redes sociales y la lógica digital a la escena experimental	<i>"Los valores de este movimiento van en contra de la globalización (...) El tiempo es un factor importante, las cosas son cada vez más rápidas"</i>	Necesidad, frustración, imagen, contenido, atención, actitud, interés	Promoción, interacción con los usuarios, público	Redes sociales, prácticas de difusión
2 (Marcelo Mellado)	1-B	Relativo a su forma de producir música a través de computadora	<i>"El juego y lo aleatorio influencia a las posibilidades"</i>	Algoritmo, aleatoriedad, tecnología, procesamiento	Técnicas, herramientas	Prácticas de producción
	2-D	Hablando y comparando la etapa de pandemia y la virtualidad con el regreso a lo presencial	<i>"[Los conciertos virtuales] nunca llegaron ni al 20% a lo que era un presencial (...) fracasó querer digitalizar las cosas"</i>	Transición, fracaso, intento	Presentaciones, Virtualidad	Prácticas de difusión, Autogestión
	3-D	Sobre Spotify y su rol en la difusión musical y sostenibilidad del artista	<i>"¿Cómo vas a hacer contra Spotify que nunca te va a pagar por la música que haces?"</i>	Baja paga, hegemonía, insostenibilidad, obligación	Remuneración, Spotify (percepciones)	Plataformas, streaming

	2-B	Respecto a la necesidad de encontrar formas de hacer dinero con tu proyecto (ej. mercancía)	<i>"No puedes ir en contra de lo que funciona"</i>	Material físico, merchandising, necesidad	Sostenibilidad	Autogestión
	3-C	Hablando sobre Bandcamp como plataforma de escucha y descubrimiento musical	<i>"Se comporta de acuerdo a lo que la mayoría de personas escucha o está de moda"</i>	Popularidad, descubrimiento, publicidad,	Bandcamp (percepciones), escucha	Plataformas, streaming
3 (Mauricio Moquillaza – 1049 Records)	1-D	Comentario sobre apoyo mutuo con otros sellos independientes y dificultades de gestión	<i>"Hay un montón de sellos que han muerto, estamos en Lima"</i>	Marketing, difusión, recursos, dificultad	Sellos discográficos, sostenibilidad	Prácticas de difusión, autogestión
	1-C	Listando prácticas de difusión necesarias desde los sellos para llegar al público	<i>"Los medios especializados son muy importantes para este tipo de música"</i>	Venta, necesidad, imagen, interés, consumo	Publicación, público, promoción	Prácticas de difusión, redes sociales
	2-B	Comentando sobre la aversión al crecimiento de algunos artistas <i>underground</i>	<i>"[Tienes que] tocar puertas como mierda; tienes que salir a mostrarlo"</i>	Venta, producto, difusión, llegada, necesidad, recursos	Publicación, promoción, sellos discográficos, sostenibilidad	Prácticas de difusión, redes sociales, autogestión
	3-A 3-D	Sobre los inconvenientes de los servicios de streaming al publicar música y el manejo de propiedad intelectual	<i>"Muchos artistas independientes no tienen idea de cómo funciona el streaming o el copyright, es fácil ser estafado"</i>	Data, hegemonía, copyright, baja paga, inaccesibilidad	Spotify, remuneración	Plataformas, streaming
	2-D 3-E	En relación al efecto de lo digital en la música y el regreso de la virtualidad a la presencialidad	<i>"Ya estamos superando eso, pero la costumbre de lo digital ya se quedó"</i>	Relación, consumo, virtual, post, comunicar, llegar, digital	Público, presentaciones, promoción, interacción con los usuarios	Redes sociales, prácticas de difusión
	4 (Wilder Gonzales Ágreda – Perú Avant-garde)	1-A	Hablando sobre su aproximación a producir música e introducirse en la escena	<i>"Yo no sé tocar acordes ni nada, me defino como un no-músico"</i>	Formación, autodidacta, inexperiencia, aleatoriedad	Aprendizaje, técnicas
1-D 1-E		Respecto a difusión y promoción de música	<i>"Es muy nicho (...) yo creo que acá ni siquiera hay industria cultural"</i>	Movimiento, recursos, dificultad, limitado, nicho	Sostenibilidad, público	Autogestión, prácticas de difusión

		experimental en el Perú y en Latinoamérica				
	2-C	Opinando sobre la incidencia de lo digital en la escena y artistas	<i>"Lo digital hará que todo se acelere, pero por ahora lo veo todo en pañales, incipiente"</i>	Necesidad, nicho, frustración, comunicar, contenido, popularidad, data	Promoción, interacción con los usuarios, Spotify (percepciones)	Redes sociales, plataformas,
	3-B 3-C	Comentario sobre el rol de Spotify y plataformas similares de streaming con los artistas musicales	<i>"Supuestamente Bandcamp es el más legal, pero los otros te pagan una milésima de la porción que ellos ganan"</i>	Venta directa, independiente, hegemonía, intrusivo, desregulado, baja paga, insostenibilidad	Bandcamp (percepciones), Spotify (percepciones), remuneración	Plataformas, streaming
	3-E	En relación a posibles medidas o rutas viables para los músicos experimentales en Lima en el futuro	<i>"Creo que se tendría que armar unidades, asociaciones solo de músicos para potenciarse como comunidad"</i>	Plataforma, locales, colaboración, apoyo, círculos, escenas, recursos	Publicación, presentaciones, sostenibilidad, espacios culturales	Autogestión, prácticas de difusión
5 (Paruro)	1E 3C 3D	Respecto a su utilización de Bandcamp en la difusión musical y la búsqueda del coleccionismo en redes sociales	<i>"Solamente he vendido 2 discos digitales en Bandcamp, de Chile y Brasil (...) nadie compra digital, todos quieren un físico"</i>	Producto, disco, vinilo, interés, consumo, nicho, material físico, limitado, difusión, venta directa, revalorización	Publicación, público, sostenibilidad, virtualidad, Bandcamp (percepciones)	Prácticas de difusión, autogestión, plataformas
	2-E 3-D	Sostenibilidad en el tiempo y promoción digital de su música	<i>"No vivo de la venta de mis discos, tengo como 4 trabajos"</i>	Dificultad, limitado, recursos	Sostenibilidad	Autogestión
	2-C 3-A 3-B	Comentario sobre problemas de sacar discos de forma independiente, publicación con sellos y problemas con Spotify de derechos de autor	<i>"Las plataformas manejan un mercado, política y lógica que los artistas no entienden, sobre todo en temas de propiedad intelectual"</i>	Data, hegemonía, desregulado, DRM, copyright, política, propiedad intelectual, dificultad, inaccesibilidad	Sostenibilidad, Spotify (percepciones), remuneración	Plataformas, autogestión, streaming
	1-D 2-B 2-E	Elaborando sobre prácticas de autogestión en su experiencia desde los 80s en la escena experimental limeña y los cambios con el	<i>"Nos dedicamos a hacer nuestras cosas independientemente, sacamos discos, publicamos, imprimimos, armamos eventos, posteamos, es como una chamba adicional"</i>	Movimiento, disciplina, dificultad, limitado, manejo de redes, difusión, posteo, recursos, venta, producto, físico,	Sostenibilidad, virtualidad, publicación, promoción	Autogestión, prácticas de difusión, redes sociales

		internet y las herramientas digitales		necesidad, creación de contenido		
	3-D 3-E	Sobre sostenibilidad a futuro de los artistas experimentales; vías a futuro y necesidad de apoyos estatales y culturales en sus presentaciones	<i>"Estamos luchando para poder ser reconocidos; (...) los artistas sonoros necesitamos tener un presupuesto o cobro o reconocimiento (económico)"</i>	Movimiento, disciplina, dificultad, limitado, recursos, necesidad, apoyo estatal	Sostenibilidad	Autogestión
6 (Luis Alvarado – Buh Records)	1-C 1-D	Respecto a la existencia de jerarquías de “underground” y “mainstream” dentro del nicho experimental	<i>“[La] capitalización y comercialización son replicadas dentro de lo experimental, no es un mundo ajeno a eso”</i>	Producto, venta, contenido de valor, independiente, promoción, escena	Medios especializados Publicación Espacios culturales	Prácticas de difusión Autogestión
	1-E 2-B 2-E	Hablando de la viabilidad de giras en Perú y Latinoamérica, en el marco del circuito internacional	<i>“Mucha gente espera que el éxito sea local, (...) conectarse con la escena internacional es importante”</i>	Comunicación, promoción, difusión, marketing, plataforma, internacional	Medios especializados, sellos discográficos publicación, promoción	Prácticas de difusión, redes sociales
	2-B 3-E	Contexto y explicación respecto a la falta de infraestructura en el Perú y la necesidad de documentar y canalizar los esfuerzos locales	<i>“El principal problema de la escena local es transversal; la escena experimental tiene poco conocimiento de lo que ha estado atrás, poca conexión histórica”</i>	Recursos, formación, influencias, referencias, historia, tradición, inexperiencia, nicho, actitud	Herramientas, aprendizaje, público	Prácticas de producción, prácticas de difusión
	2-C 3-B 3-D	Sobre el manejo de información en entornos digitales y plataformas	<i>“La música en internet es un mundo donde triunfa quien mayor dominio tiene de los algoritmos”</i>	Comunidad, creación de contenido, presencia, algoritmo, data	Promoción, interacción con usuarios, Spotify	Redes sociales, plataformas
	3-E	Comentario relacionado a problemas de la escena en la actualidad	<i>“A la escena experimental le falta ser vistosa, no tiene identidad visual”</i>	Autodidacta, formación, imagen, estética, propuesta, nicho	Aprendizaje, identidad, público	Prácticas de producción, prácticas de difusión
7 (Rü)	1-E 2-B	Entornos virtuales, uso de redes sociales y necesidad de imagen	<i>"Mucha gente sigue a sus artistas favoritos por cómo se ven"</i>	Imagen, presentación, estética, espectáculo, interés, consumo	Identidad, público	Prácticas de producción, prácticas de difusión

	1-A 1-B	Desarrollando su hobby de buscar pedales de efectos y otros instrumentos o herramientas online	<i>"Con cada cosa que me compro hago algo nuevo, son como juguetes para niños que hacen algo y luego se aburren"</i>	Secuencia, tecnologías, recursos, hardware, sintetizadores, pedales, análogo	Técnicas, herramientas	Prácticas de producción
	3-C 3-D	Sobre su experiencia utilizando Bandcamp y las regalías obtenidas	<i>"Bandcamp es algo molesto: Como somos de Perú, si vendes algo físico o digital te cobran una comisión de BC y Paypal, luego el banco te quita por el tipo de cambio"</i>	Venta directa, comisión, regalías, dificultad, limitado	Bandcamp, sostenibilidad	Plataformas musicales, autogestión
	3-A 3-B	Experiencia con su música en Spotify y canciones más populares	<i>"Spotify es muy bondadoso cuando hay una canción tuya buena y la pone en varias playlists"</i>	Data, popularidad, usuario, algoritmo, playlist, social, publicidad, promoción	Spotify, escucha, distribución	Plataformas musicales, Streaming
	3-B 3-E	Comentario opinando sobre Spotify y futuro de las plataformas	<i>"El oyente siempre va a ser el rey"</i>	Consumo, popularidad, usuario, practicidad, comodidad, conveniencia, oyente, acceso	Spotify, escucha, experiencia de usuario	Streaming, prácticas de difusión
8 (Área)	1-C 2-C	Relacionado a su experiencia utilizando redes sociales para promocionar su arte	<i>"Estar en cualquier industria es un tira y afloja entre lo que quieres hacer y lo que debes hacer"</i>	Producto, venta, costo, dificultad, limitado, necesidad, recursos	Publicación, sostenibilidad	Prácticas de difusión, autogestión
	1-A 1-E	Sobre su experiencia descubriendo la música experimental y ganando interés en producirla	<i>"Sé que no mucha gente le vacila el ambient, pero a mi me encanta, se siente como si estuviera en casa"</i>	Estética, independiente, contracultural, propuesta, estilo, influencias, géneros, nicho, escucha	Identidad, aprendizaje, público	Prácticas de producción, prácticas de difusión
	1-C 1-E 2-B	Respecto a la necesidad de promoción y utilización de las redes sociales	<i>"Es un proceso que demora, pero la "cultura de grindeo" de postear reels y tiktoks a cada rato me parece feo"</i>	Post, necesidad, frustración, creación de contenido, reel, perfil, comunicar, presencia, constancia, manejo de redes	Promoción, interacción con los usuarios, virtualidad	Redes sociales, autogestión
	3-C	Comentario sobre su experiencia utilizando Bandcamp para publicar su música	<i>"He entrado como 5 veces, no lo entiendo mucho porque no entiendo la interfaz, pero me han comprado 3 canciones"</i>	Venta directa, herramienta, interfaz, perfil	Bandcamp	Plataformas musicales

	2-E 3-D	Hablando de los trámites y prácticas análogas a la producción musical	<i>"No me esperaba que haya tanta cosa detrás, a veces te la baja, a veces no, son gajes del oficio"</i>	Plataforma, costo, disciplina, dificultad, organización	Publicación, sostenibilidad, virtualidad	Prácticas de difusión, autogestión
9 (Carly – Carlycore)	2-C	Comentario respecto a su experiencia con Instagram publicando esporádicamente para promocionar material	<i>"A veces me dan shadowban por no tener actividad constante y no le avisa a la gente cuando posteo"</i>	Frustración, creación de contenido, comunicar, constancia, presencia, posteo, manejo de redes	Promoción, interacción con los usuarios, virtualidad	Redes sociales, autogestión
	1-A 1-E	Sobre su desarrollo como DJ y experiencia ganando un público presencial y digital	<i>"Siento que lo que yo he estado haciendo (mezclar el hardcore con canciones o cosas latinas/folkloricas) impacta mucho a la gente"</i>	Estética, propuesta, mezcla, estilo, interés, consumo, nicho, en vivo	Identidad, público, presentaciones	Prácticas de producción, prácticas de difusión
	2-A 2-C	Relacionado al acceso a la música en plataformas y entornos digitales	<i>"Piratar música no está mal, no todo el mundo tiene esa seguridad, es un medio más accesible"</i>	Venta directa, posesión, inaccesibilidad, distribución, piratería	Bandcamp, remuneración, distribución	Plataformas musicales, streaming
	1-E 2-D	Experiencia utilizando internet y redes dentro del nicho	<i>"... siento que el internet me ha ayudado a conocer gente con los mismos intereses que yo y que entienden de qué va mi mood"</i>	Interés, comunicación, interacción, nicho, comunicar, encontrar, llegar, comunidad	Medios especializados, público, interacción con usuarios	Prácticas de difusión, redes sociales
	3-B 3-D	Dificultades sufridas en su experiencia de utilizar plataformas como Spotify o Bandcamp	<i>"Es una chamba grande subirte dentro de una plataforma musical, llenar muchos formularios y procesos, editar el perfil, es un trabajo"</i>	Data, hegemonía, visibilidad, herramienta, perfil, formulario, proceso, inaccesibilidad, obligación	Spotify, Bandcamp, distribución, remuneración	Plataformas musicales, streaming
10 (Rodolfo Ontaneda - Parahelio)	1-C	Sobre su experiencia con el trabajo de redes de la banda	<i>"Pensaba que era más pasiva la actitud de las bandas"</i>	Plataforma, producto, movimiento, necesidad, recursos	Publicación, sostenibilidad	Prácticas de difusión, autogestión
	1-E 2-D	Relacionado a las performances presenciales y la reacción del público tras abrir un Patreon para la banda	<i>"Lo que más me ha afectado es encontrar que la gente en estos espacios te conoce, te pregunta por la banda y cuándo tocan de nuevo; el boca a boca todavía es muy importante"</i>	En vivo, locales, escucha, interés, relación, nicho, boca a boca, tocadas, círculos, colaboración	Presentaciones, público, espacios culturales, sostenibilidad	Prácticas de difusión, autogestión

	2-D 3-E	Regreso a tocadás tras la pandemia y sorpresa respecto al seguimiento de la banda en redes	<i>"Suena descabellado creer que puedes vivir del post-rock en el Perú, pero ver la convocatoria ya es un montón y ayuda"</i>	Contracultural, estilo, dificultad, limitado, colaboración, escena, locales	Identidad, sostenibilidad, espacios culturales	Prácticas de producción, autogestión, prácticas de difusión
	2-C 2-D	Experiencia durante pandemia y uso de entornos virtuales	<i>"Que las fronteras sean virtuales ayudan a acercar a gente de otros países, preparar cosas virtuales ayuda a tener material listo para sacar"</i>	Difusión, organización, comunidad, llegar, encontrar, presencia, comunicación, interés, internacional, plataforma	Virtualidad, promoción, interacción con usuarios, medios especializados, publicación	Autogestión, redes sociales, prácticas de difusión
	3-E	Hablando sobre deseos y expectativas a futuro para el desarrollo de la escena experimental en Lima	<i>"Me gustaría que el acceso a las nuevas tecnologías sea algo más democrático, el restringido acceso a oportunidades es lo que nos mantiene como nicho"</i>	Dificultad, limitado, recursos, colaboración, comunidad, inexperiencia, autodidacta	Sostenibilidad, espacios culturales, herramientas, aprendizaje	Autogestión, prácticas de producción
11 (Dafne Castañeda)	1-A 1-B	Desarrollo y formación artística respecto a cómo comienza a componer	<i>"No he tenido una formación académica, muchas cosas me gusta descubrirlas mientras avanzo, me gusta verlo como un campo de juego"</i>	Instrumentos, tecnologías, autodidacta, inexperiencia, procesos de composición, aleatoriedad, secuencia	Herramientas, aprendizaje, técnicas	Prácticas de producción
	1-C 2-B	Relación con el sello que trabaja y manejo de labores de promoción	<i>"Con el sello (Catenaria Records) tengo la libertad de plantear las ideas que yo quiera para promocionar la música, (...) es increíble porque al ser independientes no siento una presión, sino que las cosas se van dando"</i>	Colaboración, pertenencia, difusión, independencia, plataforma, comunicación, valoración, promoción	Sellos discográficos, publicación, medios especializados	Prácticas de difusión
	2-D 2-E	Dificultades en Lima respecto al público nicho de la escena y la agrupación de bandas similares	<i>"Como no hay industria musical tal cual [porque] el mercado para música alternativa es limitado, muchas bandas se unen para hacer una fuerza"</i>	Independiente, comunidad, contracultural, nicho, boca a boca, colaboración, círculos	Identidad, público, sostenibilidad, espacios culturales	Prácticas de producción, prácticas de difusión, autogestión

	2-C 3-B	Plataformas y redes sociales como una presencia necesaria para los artistas	<i>“Si estamos ahí es por el acceso y porque ya se ha convertido en una carta de presentación”</i>	Llegada, popularidad, factibilidad, herramienta, perfil, carta de presentación	Spotify, Bandcamp, promoción	Plataformas, redes sociales
	2-E 3-E	Comentario sobre la labor autogestionada y los problemas que trae en el Perú	<i>“El que la sufre más es el que es realmente independiente; el que se costea todo y ve toda su distribución”</i>	Dificultad, limitado, recursos, necesidad, costo, proceso	Sostenibilidad, publicación, distribución	Autogestión, prácticas de difusión, streaming
12 (Luxsie)	1-A 1-B	Percepciones de la música experimental	<i>“No solo es ruido, también es silencio”</i>	Ruido, silencio, vanguardia, secuencia, contracultural, propuesta	Técnicas, identidad	Prácticas de producción
	1-C 1-E	Respecto a su manera de ver la promoción de su música en redes sociales	<i>“Compartir el proceso de grabación y lo que aprendiste en el proceso es la forma en la que me gustaría hacerlo; visibilizar el proceso”</i>	Relación, interacción, interés, actitud, imagen, contenido, comunicar	Público, promoción, interacción con usuarios	Prácticas de difusión, redes sociales
	2-B 2-E	Comentario sobre la necesidad de una imagen en redes y la identidad visual	<i>“El público quiere un espectáculo; no están consumiendo la música, sino mi imagen”</i>	Relación, interés, consumo, frustración, estética, imagen, comunidad, espectáculo, atención, presencia	Público, promoción, interacción con usuarios	Redes sociales, prácticas de difusión
	3-A 3-D	Percepciones sobre lo digital y las plataformas como Spotify	<i>“Estamos condicionados a lo digital, es frustrante y pierdes tiempo”</i>	Popularidad, intrusivo, hegemonía, popularidad, transición, necesidad, dificultad	Spotify, Bandcamp, virtualidad, sostenibilidad	Plataformas musicales, autogestión
	3-B 3-E	Relacionado al futuro del consumo y producción musical en la era digital	<i>“Ahora es el ser humano solo con la computadora; apuntamos a la individualidad”</i>	Transición, intento, manejo de redes, relación, consumo	Virtualidad, público	Autogestión, prácticas de difusión

INF. TURNITIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1 %

2

documentop.com

Fuente de Internet

<1 %

3

Submitted to Pontificia Universidad Catolica
del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

4

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

5

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

6

Submitted to Universidad de Lima

Trabajo del estudiante

<1 %

7

Submitted to Universidad Rey Juan Carlos

Trabajo del estudiante

<1 %

8

culturascontemporaneas.com

Fuente de Internet

<1 %

9

repository.javeriana.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

10

Submitted to University of Leeds

Trabajo del estudiante

<1 %

11

es.unionpedia.org

Fuente de Internet

<1 %

12

sedici.unlp.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

13

revistas.usantotomas.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

14

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1 %

15

e-spacio.uned.es

Fuente de Internet

<1 %

16

medium.com

Fuente de Internet

<1 %

17

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

18

Daniela Ribas Ghezzi, Charles Kirschbaum. "O impacto da Covid-19 na transformação digital da indústria da música", Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, 2022

Publicación

<1 %

19

sociologia-alas.org

Fuente de Internet

<1 %

20	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	tdx.cat Fuente de Internet	<1 %
22	Submitted to Associatie K.U.Leuven Trabajo del estudiante	<1 %
23	eprints.whiterose.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
24	derby.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to University of Huddersfield Trabajo del estudiante	<1 %
28	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
29	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to Universidad ICESI Trabajo del estudiante	<1 %
31	rua.ua.es Fuente de Internet	<1 %

<1 %

32

www.academia.edu

Fuente de Internet

<1 %

33

Submitted to Universidad de Deusto

Trabajo del estudiante

<1 %

34

books.openedition.org

Fuente de Internet

<1 %

35

issuu.com

Fuente de Internet

<1 %

36

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

37

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

38

keep.lib.asu.edu

Fuente de Internet

<1 %

39

www.scielo.edu.uy

Fuente de Internet

<1 %

40

Submitted to Laureate Higher Education Group

Trabajo del estudiante

<1 %

41

creator-of-my-own-world.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

42

repositorio.unesp.br

Fuente de Internet

<1 %

43

Submitted to SAE Institute (Worldwide)

Trabajo del estudiante

<1 %

44

Submitted to University of Aberdeen

Trabajo del estudiante

<1 %

45

repository.libertadores.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

46

we.riseup.net

Fuente de Internet

<1 %

47

www.convers-gruppe.de

Fuente de Internet

<1 %

48

evifa.kobv.de

Fuente de Internet

<1 %

49

forge.framabook.org

Fuente de Internet

<1 %

50

www.politecnicojic.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

51

www.rtvlospalacios.com

Fuente de Internet

<1 %

52

intercosmos.iespana.es

Fuente de Internet

<1 %

53

renati.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

54	revistaligaarte.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
55	www.adepsep.com Fuente de Internet	<1 %
56	www.bsospirit.com Fuente de Internet	<1 %
57	www.scipedia.com Fuente de Internet	<1 %
58	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
59	doku.pub Fuente de Internet	<1 %
60	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
61	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
62	estudogeral.uc.pt Fuente de Internet	<1 %
63	members.fortunecity.es Fuente de Internet	<1 %
64	rei.iteso.mx Fuente de Internet	<1 %
65	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

66	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
67	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
68	riudg.udg.mx Fuente de Internet	<1 %
69	shs.hal.science Fuente de Internet	<1 %
70	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
71	www.bbc.com Fuente de Internet	<1 %
72	www.oajnu.org Fuente de Internet	<1 %
73	www.soveran.org Fuente de Internet	<1 %
74	www.teseopress.com Fuente de Internet	<1 %
75	Ana Wortman. "Los usos de la creatividad", Teseo, 2023 Publicación	<1 %
76	ar.entertainment.yahoo.com Fuente de Internet	<1 %
77	caracteres.mx Fuente de Internet	<1 %

<1 %

78

doaj.org

Fuente de Internet

<1 %

79

fp.fanmusical.net

Fuente de Internet

<1 %

80

idus.us.es

Fuente de Internet

<1 %

81

prezi.com

Fuente de Internet

<1 %

82

repositorio.uchile.cl

Fuente de Internet

<1 %

83

uadeo.mx

Fuente de Internet

<1 %

84

vbook.pub

Fuente de Internet

<1 %

85

worldwidescience.org

Fuente de Internet

<1 %

86

www.opentech.com.py

Fuente de Internet

<1 %

87

www.raco.cat

Fuente de Internet

<1 %

88

www.thule-italia.net

Fuente de Internet

<1 %

89 www.ub.edu Fuente de Internet <1 %

90 www.unamglobal.unam.mx Fuente de Internet <1 %

91 zapytaj.onet.pl Fuente de Internet <1 %

92 revistas.unc.edu.ar Fuente de Internet <1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo