

Musicología popular

Encuentro entre la grabación y la academia

Popular Musicology

Meeting Between the Record and the Academia

Luis PÉREZ VALERO*

Resumen

La musicología popular, su metodología y objetos de estudio han ganado espacio en el mundo académico en los últimos treinta años. A lo largo de este tiempo se ha conformado un corpus que permite aproximarnos a la música popular desde distintos ángulos: lo social, lo cultural, su impacto a través de los medios de difusión, su desarrollo a través de los cambios tecnológicos, el cambio de los soportes de distribución y comercialización. El presente artículo reflexiona sobre la musicología popular como disciplina y sus áreas de sustento como lo son la producción musical y la industria discográfica.

Abstract

In the past thirty years, an interest on popular musicology, its methods and objects of study has gained more attention in the academic world. Throughout this time, the number of research projects interested in the field has increased and therefore granted the possibility of approaching popular music from diverse perspectives: focusing on social and cultural matters, on the impact popular music has had through media, its development through technological advances, and even changes regarding its distribution and marketing. This article reflects on popular musicology as a discipline, as well as two of its crucial fields: record production and record industry.

* Universidad de las Artes, luis.perez@uartes.edu.ec.

Palabras clave

Musicología popular, producción musical, industria discográfica.

Keywords

Popular musicology, music production, record industry.



Introducción

La musicología popular es una disciplina autónoma que ha alcanzado un importante grado de madurez, y que después de un largo periplo se ha desprendido de la musicología tradicional y la etnomusicología. Se hace evidente en instituciones como la International Association for the Study of Popular Music,¹ cuyas actividades se remontan a 1981: desde entonces hay una palestra de exhibición a nivel internacional de los estudios sobre música popular. Asimismo, dicha institución se ha ramificado en la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular de América Latina,² constituida desde 1997, con grupos de estudio por todo el continente y que se relaciona estrechamente con la rama española de la IASPM.³

¹ Por sus siglas en inglés IASPM. Su página electrónica ofrece información detallada y actualizada de sus actividades: <<http://www.iaspm.net>>.

² IASPM-AL: <<http://iaspmal.com>>.

³ IASPM-ES: <<https://www.sibetrans.com/grupos/iaspm/presentacion>>.

Los estudios en torno a la musicología popular se han organizado a nivel institucional y académico, al cabo de algunos años han aparecido áreas de estudio que se fomentan de manera independiente, pero articuladas en torno a las distintas IASPM. Tal es el caso del ciclo de conferencias y publicaciones de la Association for the Study of the Art of Record Production⁴ en Reino Unido o las actividades de la Sociedad de Etnomusicología con sede en España.⁵

Es invaluable el aporte de diversos investigadores que ofrecen un sustento teórico para afrontar el ámbito de la musicología popular. Fabbri y Théberge son autores imprescindibles: han incursionado en el estudio de la música popular y su relación con el sonido y la tecnología.⁶ Tagg ofrece un punto de partida en el cual es esencial conocer el contexto técnico e histórico en donde se producen las manifestaciones de la música popular. Por su parte, Moore presenta una propuesta al momento de enfrentarnos al análisis musical, mientras que González y Sans ofrecen alternativas dentro del contexto de Hispanoamérica.⁷ Los estudios se conjugan con diversas teorías que permiten un acercamiento a

⁴ *Art of Record Production*. Disponible en: <<http://www.artofrecordproduction.com>>.

⁵ Sociedad de Etnomusicología. Disponible en: <<http://www.sibetrans.com>>.

⁶ FABBRI, Franco. *Il suono in cui viviamo. Saggi sulla popular music*. Milán, Il Saggiatore, 2008; *Around the clock. Una breve storia della popular music*. Turín, Libreria, 2008; THÉBERGE, Paul. "The 'Sound' of Music: Technological Rationalization and the Production of Popular Music". *New Formations*, vol. 8 (verano, 1989) pp. 99-111.

⁷ TAGG, Philip. "Analyzing popular Music: theory, method and practice". *Popular Music: Theory and Method*, vol. 2, (1982), pp. 37-67; MOORE, Allan F. *Analyzing Popular Music*. Cambridge University Press, 2003; GONZÁLEZ, Juan Pablo. "Música popular urbana en la América Latina del siglo XX", en Albert Recasens (ed.). *A tres bandas: mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano*. Madrid, Akal, 2010, pp. 205-217; SANS, Juan Francisco. "Musicología popular, juicios de valor y nuevos paradigmas del conocimiento", en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp.165-193.

los productos culturales que han sido concebidos como industria y mercancía de consumo masivo a lo largo del siglo xx.

Al respecto, el avance de esta disciplina ha permitido debatir aspectos que habían sido obviados por la musicología histórica, como la grabación. Gracias al incentivo generado por los trabajos antes mencionados, hasta llegar a los avances contundentes de Frith y Zargoski-Thomas,⁸ se ha afianzado el estudio del disco y de la grabación desde perspectivas socioeconómicas como las desarrolladas por Negus,⁹ concepciones de carácter filosófico y estético como las de Di Cione,¹⁰ aspectos que se involucran directamente con la estética de la grabación como los desarrollados por Gibson,¹¹ o los aportes de Danielsen, Zeiner-Henriksen y Hawkins.¹² Por ello, vamos a analizar el calado de cada una de estas aportaciones en esta área de la musicología acercándonos a través de una revisión historiográfica y de la relación de la disciplina con el disco y la academia.

La música popular dentro de la historiografía

La musicología popular aborda un área de conocimiento y un corpus que la distingue de manera completa de la musicología sistemática y de la etnomusicología; además, su acercamiento al fenómeno musical dentro de los

⁸ Cfr. FRITH, Simon y SIMON ZAGORSKI-THOMAS. *The Art of Record Production: An Introductory Reader for a New Academic Field*. Farnham, Ashgate, 2012.

⁹ NEGUS, Keith. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona, Paidós, 2005.

¹⁰ DI CIONE, Lisa. "Objetos técnicos / Objetos estéticos. Grabaciones de música y modos de representación fonográfica", *Actas del III Congreso Internacional de Artes en Cruce*, 2013, pp. 376-389.

¹¹ GIBSON, David. *The Art of Mixing: A Visual Guide to Recording, Engineering, and Production*. Boston, Thomson, 2005.

¹² DANIELSEN, Anne, HANS-T. ZEINER-HENRIKSEN y Stan HAWKINS, "Record Production in The Internet Age", *Journal on the Art of Record Production*, nº10 (2015).

Disponible en línea: <<http://arpjournal.com/record-production-in-the-internet-age>>.

distintos contextos sociales es esencial para vislumbrar cómo y de qué manera se desenvuelven las prácticas musicales.¹³

Algunas aproximaciones se realizaban anteriormente desde la antropología, la sociología, los estudios culturales, la etnografía e incluso dentro de la estética como práctica *kitsch*; pues se consideraba “que estas músicas expresan otras sensibilidades”¹⁴ otorgándole un aire entre exótico o superfluo y dejando a un lado potenciales líneas de investigación. Uno de los trabajos que vio luz bajo el haz de otras disciplinas y aportó de manera significativa en este campo fue el artículo de Hennion, quien centra la atención en el productor musical como intermediario entre el artista y su público. El productor musical se vale de la tecnología para moldear un producto y establecer un vínculo entre los distintos agentes que conforman el mercado. El trabajo de Hennion involucra la estética y su relación con las políticas del mercado, los profesionales y el público. Igualmente, el autor hace énfasis en el estudio de grabación como el espacio de creación de las propuestas artísticas.¹⁵

Para la elaboración de un constructo teórico en el ámbito de esta música, si bien no se pueden eludir aspectos que hayan sido afrontados desde las áreas antes nombradas, se hace imprescindible considerar los mecanismos del mercado frente a la producción en masa de la obra de arte. Suscribimos la definición de Sans: “musicología popular presupone la existencia de un mercado

¹³ *Ibid.*, p. 185.

¹⁴ QUINTERO RIVERA, Ángel G. *¡Salsa, sabor y control! Sociología de la música tropical*. México, Siglo XXI, 2005.

¹⁵ HENNION, Antoine. “An Intermediary Between Production and Consumption: The Producer of Popular Music”. *Science, Technology & Human Values*, vol. 14, n°14 (otoño, 1989), pp. 400-424.

musical, de medios masivos de difusión, de alta tecnología, de una industria cultural".¹⁶

La disputa entre la música popular y la música culta, la frontera entre una práctica y otra, se ha ido diluyendo hasta presentar un panorama de normalidad casi absoluta al estudiar la música popular. En este sentido, uno de los trabajos que más se ha citado ha sido el de González, quien expone de una manera crítica la resistencia que ha habido en la academia para abordar este tema por considerarse una música "comercial, efímera, impura, simple y corporal".¹⁷ Por su parte, Trotta considera que esta separación de dos mundos se produjo a raíz del distanciamiento entre lo culto y lo popular que se fue acentuando a lo largo de la práctica musical en Occidente, que toma como delimitante las distintas clases sociales en las cuales la escucha de un género musical viene marcado en muchos casos por distinciones de orden socioeconómico.¹⁸

Sammartino define muy bien esta situación:

La urgencia por definir el papel del investigador frente a los fenómenos *mass* mediáticos en un mundo globalizado, sin aproximarse a una crítica de la ideología de dichos fenómenos. Por el otro, la sobreestimación de la subculturización apelando a la

¹⁶ SANS, Juan Francisco. "Musicología popular, juicios de valor y nuevos paradigmas del conocimiento", p. 181.

¹⁷ GONZÁLEZ, Juan Pablo. "Musicología popular en América Latina. Síntesis de sus logros, problemas y desafíos", *Revista Musical Chilena*, nº 195 (2001), pp. 38-64.

¹⁸ TROTTA, Felipe. "Criterios de calidad en la música popular: el caso de la samba brasileña" en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp. 99-134.

noción de diferencia, lo cual resulta en la descripción de la música popular, pero no su crítica.¹⁹

La cultura de masas se coloca en un sitio privilegiado en la vida cotidiana, que confluye entre lo privado y lo público. Las masas, como una categoría para delinear un conjunto de individuos con gustos similares, terminan demandando una serie de particularidades que pasan a conformar el imaginario cultural de una sociedad. Asegura Eco que “paradójicamente su modo de divertirse, de pensar, de imaginar no nace de abajo; a través de las comunicaciones de masa, todo ello viene propuesto en forma de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica”.²⁰ La música de la cultura de masas se expresa en las manifestaciones de la música popular.

Por otro lado, Moore define la música popular partiendo de las complicaciones desde el ámbito de los estudios musicológicos, por lo menos los de habla inglesa. El autor se decanta por dos vertientes. La primera es la definición de la música popular diferenciada respecto a las otras en el tratamiento rítmico y armónico –estilo–, su particular proceso de transmisión –género– y aspectos como fines comerciales, de entretenimiento o expresión artística. El segundo concepto que sugiere el autor es a nivel discursivo, es decir, depende de quién realiza la categorización. Mientras la primera acepción ha encontrado aceptación en estudios académicos como los de Alves

¹⁹ SAMMARTINO, Federico. “Estética, teoría crítica y estudios etnográficos de la música popular: algunas propuestas”, en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp. 65-98.

²⁰ Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Tusquets, 2013, p. 28.

de Aguiar, Béhague, Bloom y Hutchinson;²¹ la segunda tiende a ser más discutida en el ámbito de encuentros académicos, sobre todo cuando se incorporan otras disciplinas como la antropología y la sociología como en los textos de Adinolfi, Aparicio y Chávez-Silverman, Bottaro y Frith.²² Sin embargo, Moore afirma que la música popular comporta unas connotaciones estéticas alejadas de la música académica, tal como son concebidas de manera tradicional, siendo marginada, entre otras cosas, por su relación dentro de la industria cultural como objeto de consumo, frente a la concepción de música artística de los siglos XVIII y XIX.^{23 y 24}

La música popular posee canales de distribución y consumo que, de acuerdo a Madrid, pueden ser en vivo o grabadas y cuya génesis no tiene como punto de partida la partitura “ni de desde la exclusiva tradición oral como ocurre con el folclore en su sentido antropológico o con las expresiones de los pueblos originarios”.²⁵ Desde esta perspectiva, la música popular es generada y consumida de inmediato en el contexto de las ciudades. Esta visión conlleva que

²¹ ALVES DE AGUIAR, Joaquim. “Música popular e industrial cultural”. Tesis de Maestría en Letras, Universidad Estatal de Campinas, 1989, pp. 98-110; BÉHAGUE, Gerard. “La problemática de la identidad cultural en la música culta hispano-caribeña”, *Latin American Review*, vol. 27, nº 1 (primavera/verano, 2006), pp. 38-46; BLOOM, Ken. *American song. The Complete Musical Theater Companion. 1877-1995*. Vol. 2, Nueva York, Schirmer, 1996; HUTCHINSON, Sydney. “Típico, folklórico or popular? Musical Categories, Place, and Identity in a Transnational Listening Community”. *Popular Music*, vol. 32, nº2 (2011), pp. 245-262.

²² ADINOLFI, Francesco. *Mundo Exotica: Sounds, Visions, Obsessions of the Cocktail Generation*. Durham, Duke University Press, 2008; APARICIO, Frances R. y CHÁVEZ-SILVERMAN, Susana. *Tropicalizations: Transcultural Representations of Latinidad*. Dartmouth College, University Press of New England, 1997; BOTTARO, Francisco. “Música popular y clases sociales: el caso venezolano: años 40”. *Caravelle, Les cultures populaires en Amérique Latine*, nº65 (1995), pp. 159-170; FRITH, Simon. “Hacia una estética de la música popular” en Francisco Cruces (ed.). *Las culturas musicales, lecturas de etnomusicología*. Madrid, Trotta, 2001, pp. 413-436.

²³ Sin embargo, se debe señalar que las obras de Beethoven o Schumann, por tan solo señalar dos importantes representantes, eran producidas para ser publicadas y comercializadas por casas editoriales y ser consumida por la clase social burguesa de la época.

²⁴ MOORE, Allan F. *Song Means. Analysing and Interpreting Recorded Popular Song*. London, Ashgate, 2012, p. 122.

²⁵ MADRID, Alejandro L. “Música y nacionalismos en Latinoamérica” en Albert Recasens (ed.). *A tres bandas: mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano*. Madrid, Akal, 2010, pp. 227-235.

diversos géneros que puedan tener un carácter folclórico o criollo realmente sean producidos en las ciudades con la finalidad de satisfacer un segmento del mercado que habita en la urbe.

Díaz coincide con los autores antes citados y hace énfasis en aspectos de valoración desde la sociología. La música popular se distancia de las estructuras institucionales tradicionales –conservatorios, escuelas de música– y consigue su espacio en la masificación de actividades, que involucra una gran audiencia y, desde luego, un importante reporte monetario; coincide el autor junto con Tagg y Moore en que el soporte tecnológico es indispensable para la difusión de la música popular. A diferencia del mundo de la música académica, que se puede dividir en amantes o detractores de un género o un compositor, la música popular logra insertarse dentro de las distintas subculturas del ámbito urbano. Las vanguardias artísticas del siglo xx involucraban un distanciamiento respecto a las manifestaciones del arte tradicional: una obra de arte era más arte en la medida en que lograba la ruptura y se planteaba una desvinculación con la realidad, apartándose de los cánones de la creciente industria cultural.²⁶

La música popular, de acuerdo a Díaz, posee su propio espacio y manera de ser consumida y apreciada. El repertorio de las grandes bandas, la presencia de la música rock, de la salsa, la música electrónica o el reguetón conjuga una serie de fenómenos musicales que posee un valor social y que, debido a esto, tiende a ser cambiante a nivel generacional. Hay una fuerte diferenciación entre

²⁶ DÍAZ, Claudio F. "Música popular, investigación y valor" en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp. 195-216.

el impacto de un músico académico, como por ejemplo Roberto Gerhard, y el impacto de una figura como Bruce Springsteen. En el primero, su obra trascendió a su generación, se estudia, se analiza, se difunde; en el caso de Springsteen, quedó anclada en el entorno social e histórico para el cual fue concebida.²⁷

Es indiscutible la presencia de diversos elementos de carácter sociocultural en el área de la música popular. La búsqueda de una definición precisa ha pasado por un largo proceso de conceptualización en el cual ha sido determinante el engranaje de factores de carácter industrial como el disco, el mercado y los procesos de producción musical. Asimismo, las diversas fuentes que genera como producto permiten un acercamiento dentro del campo académico que ha quedado delimitado dentro de la musicología.

La musicología popular se abre camino

La historiografía actual afirma la idea romántica del artista ajeno a pasiones terrenales y que se sobrepone a las vicisitudes de la cotidianidad. Sin embargo, el presente apartado está destinado a debatir esta hipótesis, ubicando al artista como un elemento dentro del complejo engranaje de la industria discográfica.

Wolff indica que la producción artística de los últimos años está sumergida en el contexto de una sociedad capitalista, y por ende la obra de arte lleva consigo el valor de la mercancía como fetiche, como objeto cuantificable. Coincidimos con la autora en que se conserva la idea del artista en general como “uno de los pocos

²⁷ *Ibid.*, p. 202.

que no se vieron afectados por las relaciones capitalistas y los imperativos del mercado".²⁸

En este sentido, ¿cómo ha sido el alcance de los medios de comunicación de masas para plantear modas en el discurso cotidiano e insertar un gusto por determinados patrones estéticos? El creador, llámese compositor o arreglista, los intérpretes, cantantes y bailarines, los productores musicales, los aspectos técnicos de grabación y difusión, son todos parte de un conjunto de elementos que están en el intrincado mecanismo de la industria cultural. A través de los medios de comunicación no solo se promueve un estilo de música determinado, sino que al mismo tiempo atraen a quienes desean dedicarse a la producción de estilos y estéticas similares.

La música popular juega un papel fundamental en la sociedad moderna y solo desde su aparición como disciplina de estudio se ha tratado de comprender el cómo y el porqué de los gustos, consumo y producción de la misma. Dentro de la academia la principal fuente de estudio ha sido la partitura, los archivos, la vida de los compositores, sus intérpretes y su recepción. La etnomusicología excluía con delicadeza esta área centrandose sus fuentes en los informantes, en trabajos de recolección y clasificación que eran difíciles de realizar sin la técnica y el entrenamiento de la transcripción musical.²⁹ Como consecuencia de un siglo de presencia activa a través de los medios de difusión masiva, la música popular encuentra en el disco, la grabación industrial, el cine, la televisión y la radio sus

²⁸ WOLFF, Janet. *La producción social del arte*. Madrid, Istmo, 1997, p. 33.

²⁹ ARETZ, Isabel. *América Latina en su música*. México, UNESCO, 2009.

principales ejes de difusión. En otras palabras, la musicología popular no sólo posee sus propios objetos de estudio, sino que además recurre a una variedad de fuentes que aborda con especial énfasis los productos de las manifestaciones mediáticas del siglo xx y xxi. De acuerdo a Tagg, no se petrifica en un solo paradigma y abre espacio al análisis de los fenómenos culturales de las ciudades, consecuencia del consumo en masa de productos de entretenimiento, muchos de los cuales han conllevado consecuencias sociales importantes como identidad generacional o apertura de nuevos mercados y rutas comerciales.³⁰

La musicología popular posee elementos que habían pasado desapercibidos para la musicología tradicional, presentando fenómenos relevantes al momento de afrontar un tema de estudio. Al respecto señala Sans:

Los actores sociales –como el público que consume la música, o la creciente legión de mediadores que intervienen en el proceso de comunicación musical (productores, financistas, editores, radiodifusores, DJ, intérpretes)– han desplazado al compositor del rol omnímodo que desempeñaba dentro del antiguo paradigma musicológico. La intersubjetividad ha sustituido a la estética. Ésta sustentaba la división entre música poética (música “buena” o de alto nivel) y música prosaica (música “mala” o de nivel bajo), pero esto

³⁰ TAGG, Philip. “Tonality & Modality”. Conferencia NIMiMS (Network for the Inclusion of Music in Music Studies), Symposium in Helsinki, 21 nov. 2015. Disponible en línea: <<https://www.youtube.com/watch?v=Jw3po3MG4No>>.

pierde todo su sentido cuando se quieren comprender fenómenos dispares y complejos como la cumbia villera o el narcocorrido.³¹

¿Quién, quiénes y cómo la producen?, ¿cómo debe ser la aproximación estética a este fenómeno? Es a raíz de la problemática de cómo debe abordarse la música popular que las metodologías aplicadas de modo tradicional empezaran a colapsar, fuesen incapaces de dar respuesta al funcionamiento de la música que se vendía de manera desafortunada en los circuitos comerciales e incluso, aquella que se escuchaba de manera cotidiana a través del cine y la televisión.³² La musicología tradicional y la misma etnomusicología eran incapaces de comprender –o no lo deseaban– cómo un artista con dos simples acordes lograba enardecer a una multitud.

Desde principios de los años ochenta hay intentos de descubrir una metodología que permita encontrar respuestas.³³ Para Moore, la música popular como género gana interés en el período de la segunda postguerra. En aquel entonces, algunos temas eran definidos como música folclórica, a pesar de que no todas las composiciones estaban inspiradas en el germen del folclore.³⁴ A medida que se fue afianzando el sistema mercantil de la industria cultural y sus distintos dispositivos, se fue separando entre música de origen rural y música popular urbana. Una parte de la distinción de ambas la determina el medio en el

³¹ SANS, Juan Francisco. "Musicología popular, juicios de valor y nuevos paradigmas del conocimiento", pp. 166-167.

³² *Ibid.*, p. 172.

³³ TAGG, Philip. "Analysing popular Music...", p. 37.

³⁴ MOORE, Allan F. *Song Means...*, p.134.

cual se producen; a pesar de ello, ambas vertientes se encuentran frente a frente ante el estudio de grabación.

El estudio de grabación permite dejar registro de las manifestaciones artísticas de origen rural y embalsamarlas como soporte fonográfico. La música de carácter urbano también es sometida al proceso de grabación y compactada en el fonograma. La consecuencia no es solo el respaldo auditivo sino los distintos canales de difusión por el cual el público tiene acceso.

La evolución de la música popular y su inserción dentro del mercado de consumo masivo ha caído dentro del juego estructural de la sociedad capitalista, en la que existe la mano de obra especializada y una división del trabajo con fines de fabricar un producto. Así, la figura del productor musical, que durante mucho tiempo había permanecido en la sombra, se convierte en una pieza relevante en la línea de producción de la canción. Por ejemplo, es vital la interacción entre el compositor, el arreglista, el técnico de grabación, los músicos, el ingeniero de sonido y el productor. Estos últimos, si bien poseen roles importantes a lo largo de la elaboración del fonograma, tienen competencias distintas: el ingeniero asume aspectos técnicos complejos a lo largo de la grabación y mezcla; por su parte el productor afina detalles que involucran aspectos estéticos y comerciales. Esto hace que el fonograma se convierta en un elemento esencial al momento de abordar su estudio desde la musicología y, sobre todo, en la comprensión de una estética.³⁵

³⁵ JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. *La figura del productor musical en España. Propuestas metodológicas para un análisis musicológico*. Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2016, pp. 199-200.

El concepto de estética se amplía aquí tomando distintos caminos: se puede dilucidar una 'estética' de la grabación si partimos del resultado técnico del procesamiento del sonido, como también de una estética de la música popular propiamente dicha, en la cual los rasgos armónicos, melódicos, rítmicos e instrumentales conforman un punto esencial para emitir un criterio. Sin embargo, es vital abordar un criterio en donde un mayor número de elementos se vean involucrados. Así, la participación de otras disciplinas para abordar el estudio de la música popular ha marcado la pauta durante años y se han obviado, hasta hace poco, las características técnicas y comerciales de su producción.

Tagg resume el fenómeno de la música popular y su impacto en la sociedad actual estableciendo una conexión a través de la estética, e incluso justifica su relevancia en la sociedad moderna y, por ende, la necesidad de un análisis musical. Dichos parámetros se ejemplifican en que la música se desenvuelve en una sociedad industrializada y dirigida a segmentos del mercado.³⁶ Asimismo, es susceptible al avance de la tecnología que impacta en el consumo y distribución. La música forma parte del conglomerado visual que se desarrolla en el cine y la televisión; estos elementos, al ser parte de la industria del entretenimiento, han incorporado la música como un aspecto esencial en su desarrollo corporativo, pues son espacios fundamentales para la diseminación de la música popular.

³⁶ Cfr. FRITH, Simon. "Hacia una estética de la música popular", en Francisco Cruces (ed.). *Las culturas musicales, lecturas de etnomusicología*. Madrid, Trotta, 2001, pp. 413-436.

Tagg hace referencia a la 'crisis de no comunicación',³⁷ en la cual ya no es posible una única música oficial, con permanencia, sometida a un exclusivo criterio dentro de un contexto político y cultural. La música popular, en realidad, es la manifestación de muchas músicas populares, convive dentro del ámbito urbano con otras manifestaciones de todo tipo, distintos géneros y estilos, evidentemente para satisfacer la amplia variedad de gustos y tendencias estéticas.³⁸

El disco como soporte

El siglo xx no sólo planteaba el reto del auge y desarrollo tecnológico que lo ha caracterizado, sino que además, en el caso de la radio, se fue creando un mercado y, como consecuencia, un público al cual este medio supo sacarle provecho. No obstante, se obvia que en el momento de desarrollarse la radiodifusión, alrededor de los años veinte del siglo pasado y en el marco de la industria discográfica, se produce un movimiento significativo en el cual la música comenzará a crearse con fines comerciales. Radio, reproducción y tecnología se desarrollan conjuntamente con la finalidad de construir lo que conoceremos como industria discográfica y, por ende, la radio será el vehículo ideal para la transmisión de la música. La aparición de la electricidad como servicio brindó, a través del micrófono, la posibilidad del desarrollo del disco. En esta misma línea, Arce aporta: "El disco abarataba los costes de producción y se

³⁷ En inglés *non-communication crisis*.

³⁸ TAGG, Philip. "Analysing Popular Music...", p 39.

ahorraban la contratación de artistas; además se ampliaba el repertorio musical".³⁹

Sin lugar a dudas, esta situación devino en el surgimiento mercantil de la industria discográfica, donde el consumo de géneros comerciales será incentivado en el plano comercial. Según explica Arce, durante algún tiempo ciertos críticos se mantuvieron recelosos de la calidad musical del disco y preferían la presentación en vivo. A pesar de ello, el soporte discográfico permitió servir de vía de comunicación a un público masivo.⁴⁰

La aparición del disco en la cultura como medio de entretenimiento, como recurso educativo, y como soporte de la música ha traído cambios fundamentales en la relación de cómo se consume la música y su impacto en las sociedades.⁴¹ Como objeto refleja procedimientos diversos, técnicas complejas y propuestas artísticas que están sumergidas en un marco de producción masivo, industrial y tecnológico. En este sentido, compartimos la visión de Di Cione: el soporte del fonograma establece una relación que va más allá del simple objeto y su uso utilitario, pues nos permite vislumbrar un vínculo de comunicación, un medio que se enmarca en una carga simbólica, directa o indirecta, huella y vestigio con un profundo peso cultural:

³⁹ *Ibid.*, p. 101.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 102.

⁴¹ Cfr. LEECH-WILKINSON, Daniel. *The changing Sound of Music: Approaches to Studying Recorded Musical Performances*. London, CHARM, 2009; COOK, Nicholas, Erick CLARKE, Daniel LEECH-WILKINSON y John PINK CEDIS (eds.). *The Cambridge Companion to Recorded Music*. Cambridge, University Press, 2009; WILLIAM HOWLAND KENNEY, William. *Recorded Music in America Ufe: The Phonograph and Popular Memory, 1890-1945*. Oxford, University Press, 1999.

El fonograma es la huella de un proceso, un determinado movimiento de las partículas de aire que deja una marca, con características propias, sobre una superficie sensible como lo hace el viento sobre la arena. Si bien el proceso es audible en el momento de su producción original, deviene inaudible, en tanto huella, en lo inmediato. Para que dicha huella se convierta nuevamente en movimiento de partículas y devenga audible, es necesario restituir el proceso de manera inversa. El evento sonoro debe ser reproducido.⁴²

Se establece una nueva relación, se despoja la visión que se tiene como objeto cotidiano, acercándonos al fonograma desde una apreciación estética, social y cultural mucho más amplia. La autora hace énfasis en lo inmaterial del sonido pero, al mismo tiempo, en la impresión material del sonido. Cuando la reproducción del fonograma se pone en marcha, estamos frente a un sonido que fue sometido a una experiencia previa, que fue ejecutado y producido en el pasado. Di Cione introduce el concepto de “evento fonográfico”, que permite “diferenciar las ocurrencias sonoras del mundo inmediato de aquellas otras que se articulan con lo fonográfico”.⁴³ El evento fonográfico es distinto cada vez que se reproduce el fonograma, un devenir que se ve afectado por agentes distintos al fonograma: equipos de reproducción, parlantes, volumen y ecualización.

El disco es “un dispositivo comunicacional particular” que establece una relación de cargas simbólicas que se mueven entre empresas, artistas,

⁴² DI CIONE, Lisa “Objetos técnicos / Objetos estéticos...”, p. 380.

⁴³ *Ibid.*, p. 382.

corporaciones e instituciones. La cultura de masas y el estudio de la sociedad industrial habían considerado al disco como un sustentáculo de identidades, código de comunicación y muestrario de los fenotipos culturales. Igualmente, la grabación permite ser utilizada como archivo documental que da la posibilidad de resguardar y reproducir las manifestaciones orales –etnomusicología– o poseer el documento de alguna interpretación con la finalidad de abordar el análisis: fraseo, articulación, *tempi*, entre otros parámetros.⁴⁴

El paso que se da del disco como mero soporte a considerarse un objeto con el que se hace arte se concreta con las técnicas de grabación que permitieron construir el estudio de grabación. Este último, desde los años sesenta y setenta, pasó a convertirse en un verdadero taller de creación.⁴⁵ A partir de entonces, el fonograma se desvincula de su “modelo de representación mimético y el estatuto documental” separándose del modelo original. Desvinculándose de la simple toma y captura del sonido, la tecnología “permitirá la recreación de ambientes, efectos, timbres y dinámicas”.⁴⁶ Asistimos así al nacimiento del productor musical como elemento que toma decisiones estéticas en torno al resultado final del sonido grabado. Asegura Di Cione que “las grabaciones establecerían un espacio de encuentro entre música y ruido –sonidos encarnados y desencarnados– para conformar un particular *grano sónico* el cual, estetizado, puede llegar a ser un componente valioso de nuestra experiencia auditiva”.⁴⁷ De igual forma, Di Cione

⁴⁴ *Ibid.*, p. 383.

⁴⁵ Cfr. JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. “La figura del productor...”, p. 15.

⁴⁶ DI CIONE, Lisa. “Objetos técnicos/Objetos estéticos...”, p. 384.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 386. Subrayado en el original.

presenta los conceptos de lo “presentacional” y “representacional” en el fonograma, siendo el primero la forma documental, el “registro de la ejecución” y el segundo, la relación estética que se produce entre el fonograma y el oyente.⁴⁸

Durante la postguerra se hace indispensable bajar los costes de producción, por ejemplo Columbia desarrolló el disco de 33 rpm, el cual buscaría competir frente a las producciones hechas en 45 rpm. De acuerdo a Arce, “en 1952 la mayor parte de los discos de música clásica se realizarán en el formato de 33 rpm y la música popular en 45 rpm”.⁴⁹ Este elemento tan simple, medido en función del número de revoluciones por minuto a la que puede girar un disco, fue determinante para la distribución y comercialización del disco como producto de promoción de los artistas de la época. Sobre la importancia comercial del nuevo formato explica Arce:

El disco de 45 rpm, por el contrario, era virtualmente irrompible y, por lo tanto, más barato para colocar en el mercado. Con el disco sencillo las pequeñas compañías pudieron hacerse cargo de los costes de distribución y enviar copias promocionales a las emisoras de radio; esto permitió que algunos de sus productos se convirtieran en éxitos.⁵⁰

Además, asegura que la aparición de la grabación magnética permitió eliminar el límite de tiempo del proceso de grabación, con un resultado óptimo en cuanto a calidad; no obstante “la grabación magnética en cintas de bobina

⁴⁸ *Ibid.*, pp. 380-387.

⁴⁹ ARCE, J. “El micrófono desmemoriado y los discos inolvidables...”.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 103.

abierta fue utilizada, además, para la producción de discos por sus posibilidades para la edición del sonido”.⁵¹ La ventaja de la cinta magnética era que permitía la edición, y la calidad de las mismas ofreció la posibilidad de emitir varias veces el contenido grabado. Arce señala también que no era común que las emisoras de radio grabaran toda la programación; de hecho, el autor destaca que este procedimiento se desarrollará durante la era digital.

Producción musical, grabación e industria

Las músicas populares urbanas han surgido como consecuencia del desarrollo tecnológico alcanzado en el mundo discográfico; asimismo, el gusto e incentivo de estéticas que fueran de alta rentabilidad serían desde el inicio parte esencial del trabajo de gerentes y productores. Juan de Dios Cuartas señala que “las compañías discográficas adoptan desde su inicio una estructura empresarial donde se mantiene el ‘control total’ del fonograma como mercancía, desde su creación hasta su distribución y comercialización.”⁵² Igualmente, conocer la figura del productor es esencial para entender las relaciones discursivas que se establecen entre el artista y su público. De acuerdo a Sans: “A menudo el productor tiene también exigencias con el intérprete, ya que su objetivo es

⁵¹ *Ibid.*

⁵² JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. “La figura del productor musical en España...”, pp. 10.

satisfacer la demanda de las audiencias, y el repertorio de éste debe adecuarse al gusto imperante".⁵³

Zagorsky-Thomas incorporó la producción musical dentro de los estudios musicológicos y no como un área cercana a ella. Según este autor, producción, mercado y consumo de la música grabada no se habían incorporado a los estudios de la musicología, por ello, elaboró un análisis de los principales campos a estudiarse musicológicamente aplicados a la producción musical.⁵⁴ Estas categorías no están aisladas y mantienen un estrecho vínculo en el que convergen el fonograma, el productor musical y el mercado. El trabajo de Zargorski-Thomas abre posibilidades en la disciplina, convirtiendo el contexto en algo esencial para consolidar los estudios de la producción y la música popular.⁵⁵

Una de las principales teorías sobre la producción musical como disciplina musicológica aparece sintetizada en el texto de Frith y Zagorski-Thomas,⁵⁶ donde los autores hacen énfasis en el estudio de la producción discográfica desde una perspectiva investigadora, aportando líneas de investigación que se han desarrollado a lo largo de los últimos años.⁵⁷

⁵³ SANS, Juan Francisco. "El dialogo entre el compositor y el público en la música de conciertos", en Adriana Bolívar y Frances D. de Erlich (eds.). *El análisis del diálogo. Reflexiones y estudios*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 2007, pp. 81-85.

⁵⁴ Son estas categorías: el sonido para dibujos animados, la puesta en escena, el desarrollo tecnológico del audio, el uso de la tecnología, el adiestramiento técnico, los dispositivos de comunicación, la ejecución dentro del estudio de grabación, la estética e influencia en el consumidor y el mundo del negocio musical.

⁵⁵ ZARGHOSKI-THOMAS, Simon. *The Musicology of Record Production*. Cambridge University Press, 2014.

⁵⁶ FRITH, Simon y Simon ZARGHOSKI-THOMAS. *The Art of Record Production...*, p. 11.

⁵⁷ CHEUNG, Meining y Luis PÉREZ VALERO. *Producción musical. Pedagogía e investigación en artes*. Guayaquil, UArtes, 2020.

Por otra parte, un aporte significativo al estudio de la producción musical lo presenta también Juan de Dios Cuartas:

Debemos entender el estudio de grabación como un centro de creación en el que las técnicas de captación y los dispositivos que intervienen adquieren un progresivo protagonismo ejerciendo una influencia sobre la performance. El proceso de grabación y mezcla no es una ciencia exacta y la función del ingeniero y/o productor ejercerá una influencia decisiva en la personalización del resultado final.⁵⁸

Es pertinente resaltar que el estudio de la producción musical desde la perspectiva musicológica es reciente si partimos desde los trabajos de Frith y Zargorski-Thomas así como de Juan de Dios Cuartas. Hasta hace poco tiempo el investigador se acercaba a la partitura como documento para indagar en torno a una propuesta técnica y estética. Juan de Dios Cuartas asegura que “Con una metodología de análisis adecuada, se podrían llegar a establecer ‘escuelas’ de producción musical equivalente a corrientes artísticas similares a las de música académica”.⁵⁹ Asimismo señala, fundamentándose en el trabajo de Frith y Zargorski-Thomas, que la comercialización de los productos artísticos resultados de un proceso de grabación establece una línea de unión entre la relación producto-consumidor, y que la figura clave es el productor musical, pues es quien

⁵⁸ JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. “La producción musical como objeto de estudio musicológico: un acercamiento metodológico a su análisis”, *Cuadernos de etnomusicología*, nº8 (2016), 22-32.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 25.

está en el medio entre el proceso de creación de un producto y la distribución, comercialización y venta del producto musical:

Existe un estrecho vínculo entre el arte de la grabación como creador de contenidos y las productoras discográficas en tanto encargadas de comercializarlos, teniendo en cuenta que –en mayor o menor medida– las decisiones estéticas han estado casi siempre condicionadas por factores comerciales.⁶⁰

El mismo autor enfatiza que es el productor musical quien sabrá identificar y descubrir las fórmulas del éxito comercial, tomando desde luego en consideración las vacilaciones que dicho mercado presenta en los distintos escenarios locales. La figura del productor musical juega un papel fundamental en la musicología popular debido a que funge como mediador con el artista y tiene implicaciones directas en el proceso de composición musical, arreglos e interpretación; también junto al ingeniero de sonido durante el proceso de grabación, edición, mezcla y masterización del producto musical. Además, otros aspectos son de vital importancia como el análisis de mercado, distribución del producto, ferias y espectáculos de promoción.

Al respecto, la tesis doctoral de Juan de Dios Cuartas,⁶¹ quien a través de una exhaustiva investigación documental que incluyó la revisión de diversos archivos sonoros, toma como sustento teórico a autores como Frith y Moore. El autor muestra un panorama de la producción musical desde su conceptualización hasta la práctica cotidiana del productor musical. Igualmente

⁶⁰ *Ibid.*, p. 31.

⁶¹ JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. “La figura del productor musical en España...”, p. 22.

presenta una narración en torno a la historia de la producción musical en España; además, ofrece un análisis de grabaciones a través del software Sonic Visualizer. En este trabajo, Juan de Dios Cuartas llega a la conclusión de que el productor musical es un artesano, un creador y un técnico al servicio de la compañía de grabación para elaborar un producto capaz de ser comercializado y, por ende, insertarse en el mercado de la industria cultural. Esta tesis está considerada por el tribunal evaluador y de acuerdo a la síntesis de Arenillas Meléndez como “una auténtica pionera de los estudios de este campo dentro de la musicología española, desarrollando además un ámbito –el de la producción musical– que tampoco está ampliamente estudiado dentro de la musicología popular anglosajona”.⁶²

En América Latina ha habido iniciativas de aproximación a la producción musical y al ámbito discográfico en diversos momentos. Entre ellas destaca el trabajo de Santamaría Delgado,⁶³ en el que la autora inicia un recorrido sobre la producción musical en Colombia; además, hace un panorama historiográfico con abundantes datos, en los que concuerda con la postura de autores como Zagorski-Thomas o Moore, quienes sostienen que la música popular es una expresión vinculada a la aparición del disco.⁶⁴

⁶² ARENILLAS MELÉNDEZ, Sara. “Tesis doctoral: La figura del productor musical en España. Propuestas metodológicas para un análisis musicológico, autor: Marco Antonio Juan de Dios.” *Revista Musical de Etnomusicología*, nº7 (2016), pp. 22-23.

⁶³ SANTAMARÍA DELGADO, Carolina. “Estado del Arte de los inicios de la historiografía de la música popular en Colombia”, *Memoria y sociedad*, vol. 13, nº 26 (2009), pp. 87-103.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 89.

Si bien debemos tener en cuenta que la aparición de la industria fonográfica es anterior al desarrollo de la radiodifusión en la década de los años veinte, el trabajo de Arce nos brinda un excelente panorama a nivel internacional de la importancia de los primeros archivos sonoros y del proceso de evolución tecnológica de la radio y la microfónica. Asimismo, este trabajo saca a relucir la importancia de concientizar el estudio y conservación de los fondos de los archivos sonoros debido a la poca o casi ninguna información que se posee de ellos.⁶⁵

El intrincado nudo de las redes

Uno de los trabajos que nos acercan al ámbito de la producción musical, abordado desde la perspectiva de las grandes corporaciones, es el de Negus.⁶⁶ El autor presenta el proceso de creación, elaboración, distribución y consumo de la música popular, y hace un recorrido desde la visión de las compañías discográficas y las grandes corporaciones. Y es que la radio, el cine y la televisión construyeron sus técnicas para llegar a los distintos segmentos del mercado, creando necesidades ficticias que incentivan a consumir un tipo de música determinada. De acuerdo a esto, los distintos medios de comunicación de masas aprovechan la figura de los fans,⁶⁷ quienes, al verse sumergidos en un mundo de emociones, no sólo sienten fascinación por sus artistas predilectos, sino que

⁶⁵ ARCE, Julio. "El micrófono desmemoriado y los discos inolvidables. Apuntes sobre los archivos sonoros en la radio española." 2016. Disponible en: <<https://ucm.academia.edu/JulioArce>>.

⁶⁶ NEGUS, Keith. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales...*, p.18.

⁶⁷ El término correcto en lengua castellana sería "fanático"; utilizaremos aquí y en lo sucesivo el término *fan* en inglés para mantener el contexto dentro del cual estamos teorizando y analizando los contenidos del presente trabajo de investigación.

además estos se convierten en un mecanismo primordial en la creación de la identidad del individuo.⁶⁸

La música popular está sumida en intrincadas redes en las que se combinan estrategias que tienen un impacto en la cultura. La industria discográfica no sólo es una fuente de trabajo directo e indirecto para una gran cantidad de personas, sino que también llena de expectativas a quien consume sus productos. El trabajo de Negus, centrado en el ámbito de los géneros musicales y las estrategias corporativas, ofrece una amplia visión en torno a la industria cultural, las organizaciones empresariales, el modo por el cual se articula y su impacto. Los bienes culturales, sus propiedades para generar empatía y hasta devoción en un público, pasan por un proceso de fabricación industrial que al consumidor necesariamente no le interesa. El producto es puesto en circulación desde la industria discográfica y su impacto se hace sentir en la sociedad como representación de símbolos que generan un intercambio monetario con cifras que tienen muchos ceros a la derecha.⁶⁹

Los sellos discográficos poseen el control absoluto sobre sus medios de producción. A través de los productores y las decisiones de artistas y repertorios, logran un impacto en la cultura popular. La selección de estos aspectos ha contado con la presencia de profesionales que en ocasiones trabajan al margen del productor musical, pues mientras el primero selecciona el segundo se dedica

⁶⁸ Se hace referencia a la "identidad" del individuo urbano, de las grandes ciudades durante la etapa de la adolescencia.

⁶⁹ Cfr. JONES, Eric L. *Cultures meaning: A historical and Economic critique of cultura*. New Jersey, Princeton University Press, 2006, pp. 15-18; ROSEFIELD, Steven. *Comparative Economic Systems. Culture, Wealth, and Power in the 21st Century*. Maldea, Blackwell, 2002, 59-63.

a las distintas etapas del fonograma.⁷⁰ Negus ventila las grandes desigualdades de las relaciones de poder en las que se ven involucrados los artistas, los productores y los dueños de las compañías discográficas. No importa si la idea de quien realiza el rol protagónico –cantante o solista– es acorde o no a una tendencia determinada o con su gusto particular, está subordinado a fin de cuentas al proceso de control, elección, producción y distribución de su imagen y su talento por parte de los productores y sellos discográficos, está sometido a un riguroso control social en sus actividades, en su imagen y en su producción artística. Es decir, no tiene el control del gusto y libertad de elección de sus fanáticos, que son a fin de cuentas quienes consumen el producto.⁷¹

Conclusiones

La musicología tradicional es una disciplina aceptada desde lo social, legitimada por un grueso corpus desde la academia y que desde sus inicios halló una valoración sistemática de sus métodos de investigación.⁷² Como todo elemento que conforma un sistema se veía obligada a excluir de sus prácticas cualquier línea de investigación ‘nueva’ o ‘novedosa’ que pareciese no compartir del todo sus criterios.

Esto ha cambiado sustancialmente en los últimos años. Actualmente, las metodologías de análisis de la música popular gozan de aceptación en el mundo

⁷⁰ Conocido como A&R siglas en inglés de *artist and repertoire*, esta figura era realizada en diversos momentos antes de los años sesenta por el mismo productor musical cuando éste era parte de la compañía discográfica. Hoy en día son departamentos que poseen sus propias competencias dentro de las grandes corporaciones.

⁷¹ NEGUS, Keith. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*, p. 14-15.

⁷² Cfr. DÍAZ, Claudio F. “Música popular, investigación y valor”, pp. 206-207.

académico, e incluso el uso de programas de computación como Sonic Visualizer, que fue desarrollado dentro de la musicología tradicional, es aplicado al estudio de fonogramas pertenecientes a la música popular. Del mismo modo, los denominados *performance studies* constituyen un ejemplo en el cual confluyen perspectivas entre lo académico y lo popular. En resumen, hay un uso compartido de metodologías que se aproximan al análisis del fonograma como fuente de documentación musical en ambos mundos.

La musicología popular aparece como alternativa dentro del mismo seno de la musicología, es especial desde la creación de la IASPM Internacional en 1981. Sus primeros investigadores provienen de esta área en la búsqueda de respuestas, con el deseo de descubrir relaciones y experimentar con métodos que den salida a los cuestionamientos que se enlazan con la industria cultural, los géneros musicales, su impacto social, comercial e ideológico, relaciones de contextos y codificación o decodificación de los mismos. Son criterios distintos de valoración, no solo por su rol estetizante o como un gran relato artístico, sino por las diversas posibilidades que ofrece el uso de sus mecanismos tecnológicos para su producción y en especial, la elaboración de discursos que terminan en el imaginario cultural de una sociedad. Se estudia una música que se consume de forma directa o indirecta, que está en el día a día, se aleja del ritual casi sagrado de la sala de concierto, se acerca al uso cotidiano. Su consumo es tan habitual o espontáneo como lo puede ser un café en el receso laboral o unas cervezas para socializar con colegas.

Frente a esto, el investigador que se interesa en la musicología popular no busca establecer leyes absolutas. Su aporte es incuestionable y se suma a una

polifonía que está en permanente reelaboración. Una aproximación a la música popular no pretende ser legitimadora, ni tampoco presentarse como única; por el contrario, busca abrir nuevos horizontes.

La diferencia con la tradicional música de arte o música erudita viene desde distintos ángulos, y uno de estos es que dentro de la musicología tradicional la partitura como soporte nos ‘comunicaba’ directamente con ‘el alma’ o ‘la esencia’ musical del compositor. En el caso del fonograma el producto sonoro es el resultado de una interrelación de personas con un fin económico, lo cual, desde la concepción romántica de la música erudita, no puede concebirse como arte porque no lleva un fin desinteresado en sí mismo.⁷³

Todos los aspectos antes señalados pertenecen al ámbito de la musicología popular, la cual nos abre un campo de posibilidades para comprender el desarrollo, auge e impacto de intérpretes, compositores y productores tomando como punto de partida el ámbito discográfico y la industria cultural.

⁷³ Al respecto hacemos referencia a la apreciación estética kantiana. Cfr. KANT, Immanuel. *Crítica del juicio*. Madrid, Espasa, 2006.

Bibliografía

ADINOLFI, Francesco. *Mondo Exotica: Sounds, Visions, Obsessions of the Cocktail Generation*. Durham, Duke University Press, 2008.

ALVES DE AGUIAR, Joaquim. "Música popular e industrial cultural". Tesis de Maestría en Letras, Universidad Estatal de Campinas, 1989.

APARICIO, Frances R. y CHÁVEZ-SILVERMAN, Susana. *Tropicalizations: Transcultural Representations of Latinidad*. Dartmouth College, University Press of New England, 1997.

ARCE, Julio. *El micrófono desmemoriado y los discos inolvidables. Apuntes sobre los archivos sonoros en la radio española* (2016). Disponible en: <<https://ucm.academia.edu/JulioArce>>.

ARENILLAS MELÉNDEZ, Sara. "Tesis doctoral: La figura del productor musical en España. Propuestas metodológicas para un análisis musicológico, autor: Marco Antonio Juan de Dios." *Revista Musical de Etnomusicología*, nº7 (2016), pp. 22-23.

ARETZ, Isabel. *América Latina en su música*. México, UNESCO, 2009.

Art of Record Production. <<http://www.artofrecordproduction.com>>.

Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, rama América Latina. Disponible en <<http://iaspmal.com>>.

Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, rama España.

Disponible en <<https://www.sibetrans.com/grupos/iaspm/presentacion>>.

BÉHAGUE, Gerard. "La problemática de la identidad cultural en la música culta hispano-caribeña", *Latin American Review*, vol. 27, nº 1 (primavera/verano 2006), pp. 38-46.

BLOOM, Ken. *American song. The Complete Musical Theater Companion. 1877-1995*. Vol. 2, Nueva York, Schirmer, 1996.

BOTTARO, Francisco. "Música popular y clases sociales: el caso venezolano: años 40". *Caravelle, Les cultures populaires en Amérique Latine*. nº65 (1995), pp. 159-170.

CHEUNG, Meining y Luis PÉREZ VALERO. *Producción musical. Pedagogía e investigación en artes*. Guayaquil, UArtes, 2020.

COOK, Nicholas; Erick CLARKE, Daniel LEECH-WILKINSON y John PINK CEDIS (eds.). *The Cambridge Companion to Recorded Music*, Cambridge, University Press, 2009.

DANIELSEN, Anne; Hans-T. ZEINER-HENRIKSEN y Stan HAWKINS, "Record Production In The Internet Age", *Journal on the Art of Record Production*, nº10 (2015).
Disponible en línea: <<http://arpjournal.com/record-production-in-the-internet-age>>.

DI CIONE, Lisa. "Objetos técnicos / Objetos estéticos. Grabaciones de música y modos de representación fonográfica". *Actas del III Congreso Internacional de Artes en Cruce*, (2013), pp. 376-389.

- DÍAZ, CLAUDIO F. "Música popular, investigación y valor", en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp. 195-216.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Tusquets, 2013.
- FABBRI, Franco. *Il suono in cui viviamo. Saggi sulla popular music*. Milan, Il Saggiatore, 2008.
- FABBRI, Franco. *Around the clock. Una breve storia della popular music*. Turín, Libreria, 2008.
- FRITH, Simon. "Hacia una estética de la música popular", en Francisco Cruces (ed.). *Las culturas musicales, lecturas de etnomusicología*. Madrid, Trotta, 2001, pp. 413-436.
- FRITH, Simon y Simon ZAGORSKI-THOMAS. *The Art of Record Production: An Introductory Reader for a New Academic Field*. Farnham, Ashgate, 2012.
- GIBSON, David. *The Art of Mixing: A Visual Guide to Recording, Engineering, and Production*. Boston, Thomson, 2005.
- GONZÁLEZ, Juan Pablo. "Musicología popular en América Latina. Síntesis de sus logros, problemas y desafíos". *Revista Musical Chilena*, nº195 (2001), pp. 38-64.
- GONZÁLEZ, Juan Pablo. "Música popular urbana en la América Latina del siglo XX". *A tres bandas: mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano*. Madrid, Akal, 2010, pp. 205-217.

HENNION, Antoine. "An Intermediary Between Production and Consumption: The Producer of Popular Music". *Science, Technology & Human Values*, vol. 14, nº14 (otoño, 1989), pp. 400-424.

HUTCHINSON, Sydney. "Típico, folklórico or popular? Musical Categories, Place, and Identity in a Transnational Listening Community". *Popular Music*, vol.32. nº2 (2011), pp. 245-262.

HOWLAND KENNEY, William. *Recorded Music in America Ufe: The Phonograph and Popular Memory, 1890-1945*. Oxford, University Press, 1999.

International Association for the Study of Popular Music. Disponible en <http://www.iaspm.net> >.

JONES, Eric L. *Cultures meaning: A historical and Economic critique of cultura*. New Jersey, Princeton University Press, 2006.

JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. "La producción musical como objeto de estudio musicológico: un acercamiento metodológico a su análisis". *Cuadernos de etnomusicología*, nº8 (2016).

JUAN DE DIOS CUARTAS, Marco Antonio. "La figura del productor musical en España. Propuestas metodológicas para un análisis musicológico." Tesis doctoral. Universidad de Oviedo, 2016.

KANT, Immanuel. *Crítica del juicio*. Madrid, Espasa, 2006.

LEECH-WILKINSON, Daniel. *The changing Sound of Music: Approaches to Studying Recorded Musical Performances*, London, CHARM, 2009.

MADRID, Alejandro L. "Música y nacionalismos en Latinoamérica". *A tres bandas: mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano*. Madrid: Akal, 2010, pp. 227-235.

MOORE, Allan F. *Analyzing Popular Music*. Cambridge, University Press, 2003.

MOORE, Allan F. *Song Means. Analysing and Interpreting Recorded Popular Song*. Londres, Ashgate, 2012.

NEGUS, Keith. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona, Paidós, 2005.

QUINTERO RIVERA, Ángel G. *¡Salsa, sabor y control! Sociología de la música tropical*. México, Siglo XXI, 2005.

ROSEFIELD, Steven. *Comparative Economic Systems. Culture, Wealth, and Power in the 21st Century*. Blackwell, Malden, 2002, pp. 59-63.

SAMMARTINO, Federico. "Estética, teoría crítica y estudios etnográficos de la música popular: algunas propuestas", en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*, Caracas, Celarg, 2011, pp. 65-98.

SANTAMARÍA DELGADO, Carolina. "Estado del Arte de los inicios de la historiografía de la música popular en Colombia", *Memoria y sociedad*, vol. 13, n° 26 (2009), pp. 87-103.

SANS, Juan Francisco. "El dialogo entre el compositor y el público en la música de conciertos", en Adriana Bolívar y Frances D. de Erlich (eds.). *El análisis del*

diálogo. Reflexiones y estudios. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 2007, pp. 81-95.

SANS, Juan Francisco. "Musicología popular, juicios de valor y nuevos paradigmas del conocimiento", en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp. 165-193.

Sociedad de Etnomusicología. Disponible en <<http://www.sibetrans.com>>.

TAGG, Philip. "Analyzing popular Music: theory, method and practice". *Popular Music: Theory and Method*, vol. 2, Cambridge, University Press, (1982), pp. 37-67.

TAGG, Philip. "Tonality & Modality". Conferencia *NIMiMS (Network for the Inclusion of Music in Music Studies)*, Symposium in Helsinki, 21 nov, 2015. Disponible en línea: <<https://www.youtube.com/watch?v=jw3po3MG4No>>.

THÉBERGE, Paul. "The 'Sound' of Music: Technological Rationalization and the Production of Popular Music". *New Formations*, vol. 8 (verano, 1989), pp. 99-111.

TROTTA, Felipe. "Criterios de calidad en la música popular: el caso de la samba brasileña", en Juan Francisco Sans y Rubén López Cano (eds.). *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina*. Caracas, Celarg, 2011, pp. 99-134.

WEINSTEIN, Deena. "The Empowering Masculinity of British Heavy Metal" en Gerd Bayer (ed.) *Heavy Metal in Britain*. Surrey & Burlington, Ashgate, 2009, pp. 17-31.

WOLF, Janet. *La producción social del arte*. Madrid, Istmo, 1997.

ZARGHOSKI-THOMAS, Simon. *The Musicology of Record Production*. Cambridge University Press, 2014.