

Etnografía de una sala de música en vivo de la ciudad de Córdoba. Vínculos de confianza, redes cooperativas y negocios.

Ignacio Javier Huerta

Introducción

Todavía no se cumple una década de la edición del libro *Gestionar, Mezclar, Habitar* (Gallo y Semán, 2016) en donde un grupo de investigadores analizan los cambios en los modos de producir y consumir música tras la crisis de la industria discográfica. Este libro explora los modos en que se ensamblan diversas redes de actores, instituciones, instrumentos y dispositivos en red, espacios, gustos y valores éticos, posibilidades económicas y profesionales en la música. Señalan la conformación de una nueva estructura de oportunidades gracias al agenciamiento tecnológico que permitió a jóvenes artistas modos de producir en independencia de intermediarios. A consecuencia, cambiaron las retóricas de narrar el lugar del artista, ahora vinculado a la gestión, autogestión o independencia como actividades de las que deben ser competentes.

Otro argumento que propone este libro es el cambio consecuente en los modos que se configuran las escenas musicales. Los autores parten de preguntarse por la ausencia de nuevas bandas que convoquen masivamente la atención como sucedía previo a la tragedia de Cromañón. De esta pregunta concluyen que artistas y otros actores del mercado tienen una nueva cartografía con la cual orientarse, los primeros ya no están expectantes de “pegarla” con la firma de un contrato discográfico que le garantice éxito comercial y en audiencia. En conjunto con la aparición de públicos transversales a los géneros, apoyados por diferentes políticas públicas y en alianza con pequeños emprendimientos privados, los artistas pudieron organizar otras economías para solventar sus proyectos colectivos y personales. Estas nuevas redes posibilitan una independencia mayor a las discográficas, quienes reconvirtieron sus estrategias comerciales pegadas al negocio de las plataformas de streaming y de la producción de grandes espectáculos en vivo.

Por lo tanto, para los autores, emerge una nueva estructura y dinámica de las escenas musicales en donde se asemeja más a un movimiento de hormigas conformado por pequeños y medianos proyectos que captan la atención de públicos heterogéneos. Este movimiento configuró escenas que no pueden ser clasificadas desde los términos previos de under o

mainstream al posicionar otras fronteras para el vínculo entre arte, mercado y política (Gallo y Semán, 2016).

En esta ponencia se propone ser un primer acercamiento a los modos en que se configuró este proceso en la música urbana cordobesa. Partimos de entender que la categoría de música urbana moviliza ciertos sentidos vinculados a la posición que ocupa la ciudad de Córdoba en la industria musical. Para ello nos basamos en un conjunto de bibliografía periodística editada en los últimos 10 años. En un segundo apartado, se intenta describir y caracterizar el circuito de presentaciones en vivo por donde circulan los proyectos asociados al mundo analizado. Finalizaremos centrandó la atención en una sala intermedia y el rol que allí desempeñan los productores de eventos.

Música Urbana de Córdoba

En simultáneo a la realización de estas investigaciones, se editaron dos libros periodísticos que pusieron el ojo en la producción musical cordobesa. Al calor de los acontecimientos, encontramos una reflexión sobre el proceso de emergencia de escenas musicales que están en consonancia con las observaciones mencionadas. Estos libros toman diversos proyectos musicales que tienen actividad desde el año 2009 al 2016 e incluyen una gran diversidad de géneros como el rock, electrónica, folklore, jazz, pop, cumbia, tango, rap, cancionismo y música balcánica, entre otros. Hay un punto de conexión entre todos estos grupos musicales, son partícipes de un circuito musical local que es nombrado como música urbana. Con este término se habla de diversas escenas que circulan en una gran cantidad de eventos pequeños y medianos por escenarios locales.

Los periodistas Puig y Pucheta (2013), caracterizan a la música urbana cordobesa como una escena “polirrítmica y heterogénea” (Puig y Pucheta, 2013, 26), donde los géneros se fusionan y mezclan entre sí. Este rasgo no es una novedad en ninguna escena musical para la época¹, pero en Córdoba específicamente, lo que se entiende por “polirritmia” tiene una consistencia que no es solamente un rasgo musicológico. El libro retrata una amplia variedad de proyectos que fueron relevantes durante los años mencionados, algunos mixturán rock, ska, cumbia y cuarteto, como fueron La Pata de la Tuerta, Vivi Pozzebon, Los Caligaris y Los Cocineros; otros de tinte más cancionistas con base rockera, como Ma Per Qué, Marcos Luc y Ole Blando; también con tradición más folklórica como Presenta Trío y La Jam de Folklore; o un

¹ Este libro es una compilación de crónicas y críticas de 16 discos de bandas cordobesas editados entre los años 2012 y 2014.

rock más definido como el de Eruca Sativa. Esta escena variopinta es interpretada positivamente como libertad creativa dada por la condición periférica, así lo enuncia un músico entrevistado en el libro: “nosotros en Córdoba, al no tener esa industria desarrollada, al no tener a nadie con la receta para triunfar, tenemos una libertad muy valiosa. La falta de industria nos da libertad artística” (Puig y Pucheta, 2013, 75). Es por ello que estos periodistas caracterizan este mundo musical desde los marcos de la autogestión y la independencia, ya que es la única manera de sostener un proyecto musical en este territorio.

Tres años después, Pairone mantiene una observación similar en su libro *Esto es una escena* (2016)² al plantearse la necesidad de dar cuenta de un circuito local que moviliza las principales etiquetas del rock y pop, pero también incluye otras sonoridades características del folklore, jazz y música latinoamericana. El autor propone que esta escena explora “un sinfín de combinaciones posibles, que se animaron a pasar por encima de los lineamientos de los grandes agentes del sector y dieron vida a nuevos y reforzados circuitos alternativos” (Pairone, 2016, 16). Desde su mirada, esta escena desafía las lógicas musicales a nivel nacional al resistir la atracción del polo de oportunidades que simboliza la Ciudad de Buenos Aires y, además, por romper la asignación de géneros para el interior del país.

Este posicionamiento sobre la libertad estética como característica de lo independiente no es una novedad en las investigaciones sobre música (Quiña, 2015; Lamacchia, 2012), aquí no buscamos contradecir lo analizado. Lo que me parece relevante es su significatividad en vínculo con lo cordobés como atenuante de dicha posición periférica. Esto tiene motivos históricos muy diversos que exceden esta presentación. Solamente, interesa mostrar la configuración de la música urbana como un mundo social que tiene ciertos contornos específicos al compartir la valoración de autonomía o independencia sobre la industria musical porteña, lo que marca una incertidumbre a la hora de desarrollar carreras musicales desde esta posición periférica e implicó el temprano descubrimiento del fracaso de “pegarla” como camino profesional. El músico Tincho Siboldi fue integrante de Proceso A Ricutti, una importante banda de rock local que en los años ochenta firmó un contrato discográfico, en una entrevista narra el fracaso de esta estrategia: “yo desde que llegué a Córdoba con 18 años, a hoy que tengo 48, siempre pensé que estábamos a la vuelta de la esquina de llegar a un lugar importante, pasaron 30 años y la vuelta no llegó nunca” (citada por Puig y Pucheta, 2013, 60).

2 Por legislación provincial, ningún espacio de entretenimiento nocturno puede estar abierto después de las 5 am.

Más reciente en el tiempo, se publicó otro texto que puso el foco en la cultura independiente cordobesa. Allí, Guevara Olguin (2019) propuso entender un ecosistema musical local, que implicó

“la conjunción necesaria y permanente, la relación viva entre cada una de las personas trabajadoras de la música. En estos suelos no hubo grandes *holdings* empresariales o sellos discográficos multinacionales o inversiones públicas, la posibilidad se construyó entre cada una de las comunidades musicales y entre cada una de las realidades humanas que la necesitaron. Su entramado se fundó en una ecología que se ha expandido lentamente durante casi cuarenta años y ha modificado el paradigma” (Guevara Olguin, 2019, 96).

Su texto pretende cartografiar este ecosistema, que incluye a la Universidad Nacional de Córdoba por su significatividad cultural, instituciones de formación musical, organizaciones de músicos, públicos, clubes o salas de música, productores, festivales y medios de comunicación. Allí sugiere que es necesario analizar este ecosistema como un movimiento conjunto y no como el mero rejunte de diversas escenas “alternativas” sin vínculos entre sí.

Desde esta posición asumida por artistas encontramos otra coordenada para delimitar el mundo de la música urbana cordobesa. Este mundo estético se separa además de la principal industria musical local: el cuarteto. Este es otro punto para la cartografía de la música urbana, su acusación al cuarteto de carecer de valores morales y estéticos más elevados que el mero divertimento, así se configuran dos mundos con poco contactos entre sí. Como comenta un cancionista entrevistado: “te puedo decir que cualquier música popular de Latinoamérica es comprometida. En Córdoba no pasa eso y se pone a toda una clase obrera a mover el culo y chupar” (Puig y Pucheta, 2013, 74)³. Este argumento denuncia el exclusivo interés comercial de una exitosa industria autóctona, que se construyó bajo lógicas muy diferentes a la autogestión artística o de las discográficas (Blazquez, 2009; Lammachia, 2016).

La música urbana local utiliza lo cordobés para significar y denunciar su lejanía sobre la industria musical porteña, mientras que en el mismo acto se separa radicalmente de su cercanía al cuarteto por no compartir sus modos de producción y circulación.

³ Gallo y Semán (2016) propone lo transgenérico como una de las claves para comprender las producciones contemporáneas, en la medida en que los géneros musicales debilitaron sus fronteras divisorias, tanto en producción como en la escucha.

Este mundo de música urbana, que excluyó al cuarteto, tiene una tradición que se puede remontar a los años 80 con las peñas de los trovadores y pubs rockeros (Bruno, 2012, 2019), con el circuito de peñas y festivales, autogestionados por artistas y periféricos al Festival de Cosquín (Díaz, 2015; Paez, 2019) en la década del noventa, las salas y boliches del barrio Abasto a finales del siglo y las casas culturales después de la clausura de espacios consecuencia de la tragedia de Cromañón.

Circuito de presentación en la música urbana

Las clausuras devenidas a la tragedia y el panorama tecnológico cambiaron los modos en que se ordenó el circuito musical en Córdoba. Con el pasar de los años y el establecimiento de nuevas normativas, comenzaron a abrirse nuevos espacios que se caracterizan por proponer otros acuerdos de gestión en conjunto con artistas y públicos. Aparecieron salas que denominamos como intermedias, ya que tiene capacidad entre 200 y 600 espectadores, un escenario elevado, camarines y condiciones técnicas óptimas para una presentación en vivo (sonido, luces y visuales). Sumado a estas, se mantuvo un amplio circuito de bares en los que se podían presentar proyectos musicales, frente a un público no mayor de 50 personas, en algún sector pequeño del local, con condiciones mínimas de sonido y poca luminaria. En un rango superior a las salas intermedias, también encontramos grandes lugares con capacidad para más de 800 personas, con condiciones técnicas de calidad profesional para presentaciones de bandas con cierto renombre en la escena nacional. Estas salas tienen un gran equipo de trabajadores para el desarrollo de las presentaciones.

De estos tres espacios, los bares y las salas intermedias, por su capacidad y condiciones, tienen la competencia de alojar a los proyectos locales, los primeros le ofrecen a los artistas un acuerdo económico que incluye un monto fijo de dinero más pasar la “gorra”, como también comida y bebida para sus integrantes. Muchas veces no disponen de un sonidista que pueda configurar los volúmenes de la consola, siendo los mismos músicos quienes realizan dicha tarea. Además, estos espacios no tienen planta de luces ni lugar donde proyectar visuales, por lo que las puestas escénicas son simples.

En lo que respecta a las salas intermedias aparece como novedad la coproducción de los eventos, dejando atrás el acuerdo de un pago mínimo que garantice cubrir los gastos de abrir el lugar. Este pago debía ser cubierto por artistas como condición para acceder a los escenarios y la ganancia de estos comenzaba recién al superar ese monto base exigido por los dueños de la sala. Este acuerdo fue interpretado como “pagar para tocar” y generó un amplio

rechazo en el ambiente independiente, ya que se entendía que el artista debía asumir la totalidad del riesgo económico sobre un evento.

Los primeros espacios en proponer otras formas de gestión en Córdoba fueron la Fábrica Cultural y el icónico Club Belle Epoque. Ambos inaugurados en el año 2009 por productores de eventos y dueños de bares interesados en la gestión cultural. Estos espacios proponían otra vinculación con artistas y públicos, lo que se vio reflejado en el acuerdo económico sobre la venta de entradas al dividirla 70% para artistas y 30% para la sala. La Fábrica Cultural tenía un perfil más afín a un centro cultural, disponía de una sala que era más cercana a un bar, con mesas y sillas, un escenario, sonido y luces, además varias aulas en donde se dictaban talleres formativos. Su capacidad era de 200 a 300 personas. Todavía se puede rastrear en su viejo blog el espíritu con el que fue inaugurado: “Nuestra intención es hacer de La Fábrica un espacio de interacción donde se trascienda la simple exposición o muestra de obras para alcanzar un auténtico intercambio entre artistas, aficionados, aprendices y público”.

Por otro lado, los dos socios que inauguraron Club Belle Epoque venían de administrar diferentes bares de la escena “alternativa”, Gould Pub y Valentina Bar, ambos se juntaron al compartir la necesidad y la oportunidad de crear una sala a escala de los proyectos locales. En una entrevista que realizó un medio nacional, uno de sus dueños comentó que el motivo era “hacer algo accesible, que permitiera difundir y ayudar a desarrollar los artistas emergentes acercándonos a ese público que quería escuchar cosas distintas”. Estos lugares supieron ver el fuerte crecimiento de las bandas independientes y responder a sus necesidades para conseguir escenarios en condiciones favorables, económica y técnicamente. Aparte del trato monetario ya mencionado, estos productores y dueños de salas rescatan como novedoso el disponer escenarios con buena calidad de sonido y luces. En la misma nota se menciona, “nosotros empezamos a pagarle a los músicos y cambiamos las condiciones. No solo te llevabas algo, también poníamos a disposición todo el equipamiento que teníamos para que la fecha salga lo mejor posible”. Otra característica de estos espacios y de sus productores es la identificación con el público, así lo menciona Soledad Toledo en su reseña sobre el club, la propuesta era hacer “un lugar al que quisieran ir como público” (Toledo, 2018, 124). Estos espacios incorporaron otros registros para la contención de quienes asistían, por ejemplo, su política de mantener el respeto y la inclusión de cualquier diversidad de género, estética y musical. También, implementaron el uso de baños mixtos y de no tener patovicas para cuidar la seguridad del lugar. El Club tenía dos salas, la más grande con escenario y capacidad para 200

personas y otra más chica que funcionaba como pista de baile donde se presentaban DJs. Ambos espacios funcionaban en simultáneo y se podía pasar de una a otra libremente.

Podríamos incluir dentro de este recuento a Club Paraguay, quien inauguró en 2014 una sala de capacidad intermedia en la zona del ex Mercado de Abasto y a los 5 años se trasladó a un lugar más grande en Barrio de Güemes. Este emprendimiento fue creado por dos productores –según una nota en un periódico local– “motivados por una necesidad personal de crear eventos musicales que nos representen, nos gusten y nos interesen”. Nuevamente encontramos una narración sobre los productores y dueños de salas más vinculado al público que a empresarios nocturnos, aún cuando Club Paraguay tiene la particularidad de estar asociado a uno de los empresarios del entretenimiento más importantes de Córdoba. Este caso es paradigmático ya que su mudanza implicó pasar de una sala intermedia a otra con capacidad para 1000 personas y, por lo tanto, desarrollar una propuesta destinada a recibir eventos y bandas que puedan sostener dicha convocatoria. Este escenario quedó muy lejos en convocatoria por la mayoría de los artistas locales.

De estos tres espacios el único que se mantiene en funcionamiento es el último, la Fabrica Cultural cerró en el año 2013 y Club Belle Epoque con la pandemia del COVID-19 en el 2021. Después de la pandemia se inauguraron otros espacios que concentran el circuito de música urbana local. Recordemos que estos no contemplan el circuito del cuarteto. En la actualidad funcionan 5 salas intermedias: Chilli Street Food, Pez Volcán, La Bella, Formosa y Casa Babylon.

Con el objetivo de apreciar el tamaño de este circuito, elaboré un relevamiento de los eventos que promocionan dos agendas culturales locales por redes sociales. Es una grilla con los eventos día por día y es elaborada semanalmente. Lo único que se menciona es el nombre del evento o banda a presentar, hora y lugar. Por lo general, incluir un evento a estas agendas no tiene costo, es más, son los mismos comunicadores quienes buscan esa información en los perfiles de redes o contactando directamente con los dueños de salas o productores. Por ello entiendo que este pequeño relevamiento arroja un mínimo de la cantidad de eventos en la música urbana de Córdoba, ya que allí no se incluye una gran cantidad de pequeños espacios que no promocionan sus eventos.

Los eventos contabilizados son las presentaciones de bandas, DJs y fiestas. Los espacios que tienen sala y bar diferenciados pueden organizar más de un evento en simultáneo, al mismo tiempo, pueden tener diferentes eventos según la hora. Las salas como Chilli Street Club y

Pez Volcán tienen la capacidad de producir hasta tres eventos por noche, algo que es muy variable semana a semana.

| Espacios | Barrio | Formato | Capacidad | Eventos junio | Eventos julio |
|--------------------|---------------|----------|-----------|---------------|---------------|
| Chilli Street Club | Güemes | Bar/Sala | 300 | 36 | 18 |
| Pez Volcán | Güemes | Bar/Sala | 300 | 23 | 24 |
| Club Paraguay | Güemes | Sala | 1000 | 24 | 21 |
| Pétalos de Sol | Centro | Bar | 100 | 20 | 17 |
| Legrand | Nueva Córdoba | Bar | 50 | 18 | 11 |
| Un mundo feliz | Centro | Bar/Sala | 100 | 14 | 12 |
| Studio Theater | Centro | Sala | 800 | 11 | 12 |
| LUPULITO | Nueva Córdoba | Bar | 30 | 9 | 11 |
| Casa Babylon Club | Abasto | Bar/Sala | 300 | 8 | 4 |
| | | | Total | 163 | 130 |

Pez Volcán

Pez Volcán es un local ubicado en el barrio Güemes, sobre la cañada, sus dueños son Enano y Lupe, ambos son pareja. Él se encarga de la producción de los eventos, la agenda y, además, es DJ, ella es diseñadora, community manager de las redes y está encargada de las finanzas. Ambos inauguraron El Pez hace 3 años, pasando a duras penas toda la pandemia con la sala cerrada y en medio de la remodelación del local alquilado.

El Pez tiene una sala de música en vivo y un bar, ambos espacios funcionan en simultáneo y en independencia del otro. Comparten su entrada por la Cañada y una recepción donde atienden a quienes ingresan. Desde la recepción se puede subir al bar, por una escalera que llega a una terraza, se puede ingresar a los baños o a la sala, la cual está ubicada en planta baja pasando una doble puerta vaivén. El bar es nombrado como la “terrace del Pez” porque parte de su techo se abre para refrescar de noche su estructura de chapa, adentro tiene un espacio con mesas y sillas de metal, una barra y acceso a la cocina. Este espacio es utilizado para organizar pequeños eventos, como pueden ser radios en vivo o jam de dibujo, además, los fines de semana siempre hay un DJ para musicalizar el momento donde las personas están

sentadas, comiendo y tomando alguna bebida. Es raro que haya personas bailando en este espacio.

Atrás de la recepción está la sala, un espacio cerrado que tiene un escenario y camarines, una barra larga, un lugar para la consola de sonido y luces y dos baños que son de uso exclusivo de las personas que ingresan. El funcionamiento de la sala está dividida en dos turnos, el primero es de 21 hs hasta la medianoche, en donde toca una o dos bandas mientras las personas están sentadas entre mesas. Al ser el horario de la cena, se organiza el espacio con mesas y sillas para alentar el consumo de comida y bebida. Cuando hay eventos que propician el baile, como las peñas, se suele dejar un espacio vacío al costado, entre la barra y el escenario, allí los asistentes puedan utilizarlo libremente. El segundo turno empieza después de la medianoche hasta el horario de cierre⁴ y la propuesta suelen ser fiestas con DJs y bailarinas, en este momento las mesas y sillas se levantan para liberar la circulación. El segundo turno se habilita solamente viernes, sábados y noches previas a días feriados. A diferencia de la terraza, el ingreso a la sala es comprando una entrada de modo anticipado, por alguna tiquetera online, o en la misma recepción. Allí, el Pez dispone de un empleado que está toda la noche recibiendo a las personas, vendiendo entradas y controlando el ingreso a la sala.

Para la sala, la principal fuente de ingreso es la venta de bebida y comida en el primer turno y la venta de bebida en el segundo. También, aunque en menor medida, las entradas significan una ganancia para la sala, que es dividida según el porcentaje 70-30 en beneficio de los artistas. Este porcentaje permite muchas posibilidades a la hora de definir el monto a dividir, por ejemplo, es una cantidad de dinero menor si se le restan todos o algunos gastos de producción y otra cantidad si el cálculo es sobre la venta de entradas netas. La capacidad de definir este número habla de los vínculos de cercanía y confianza que se pueden movilizar entre artistas, la propuesta y la sala. Para las propuestas donde es compartida la confianza en la convocatoria hay mejores márgenes de negociación y la sala puede resignar algunas de sus ganancias. Generalmente son las fiestas quienes consiguen mejores acuerdos, dividiendo sus gastos entre sala, mientras que las bandas independientes con poca trayectoria se les aplica un 70-30 neto sobre los cortes de tickets. Para estos últimos, implicaría la necesidad de financiar toda la ejecución del evento y el pago del equipo de trabajo con el 70% de la venta de entradas. En una charla que mantuve con Enano y Lupe en su casa, él se sinceró comentando

⁴ Es miembro de Futurx, una comunidad digital que buscó formar a artistas y otros actores interesados en herramientas de gestión de obra, eventos y modos de difusión en la música. Esta comunidad buscaba configurar una red que permitiera el intercambio entre sus miembros.

que muchas veces las bandas le significan una pérdida económica y que solo una fiesta le cubría toda la semana de bandas.

Sin embargo, el Pez mantiene una apuesta por la música en vivo, invirtiendo cuantiosos recursos en técnica para mejorar el escenario. Este es mediano, de aproximadamente 7 metros de largo por 3 de ancho. En lo que respecta a la técnica de sonido, tiene una decena de micrófonos, pies de micrófonos, cables cannon y adaptadores para aquellos instrumentos que no se enchufan mediante este tipo de cables. Cuenta con una consola de 13 canales que se maneja de modo digital con un iPad, parlantes de frente y retorno y potencia. Como backline dispone de una batería Pearl para que los proyectos no tengan que movilizar un instrumento grande y pesado. Además, hay tachos de luces led fijos y móviles, un proyector y varias pantallas blancas que son ubicadas en diversos lugares del escenario para organizar una performance lumínica y visual a demanda de los eventos.

La sala también cuenta con personal encargado de toda la técnica, como Fernando que hace mantenimiento de equipos, armado y desarmado del escenario (en sonido y luces) y opera las luces durante el show. En el sonido está Mariano, siempre y cuando, la banda no lleve su propio sonidista.

Además de los empleados mencionados, esta sala tiene una amplia estructura de personal que trabaja todas las noches en los siguientes puestos: mozos, mozas, bartender, encargado de cajas, personal de cocina y encargado de cocina. Estos trabajadores son contratados directamente por el Pez y se les paga por noche que trabajan. Una noche de fin de semana pueden contratar alrededor de 12 personas cubriendo todos estos puestos.

Productores

Otro actor importante en relación al funcionamiento de la sala son los productores. Dicho rápidamente, son quienes intermedian entre la sala y los artistas. Desde su inauguración, Pez Volcán le dió lugar a ciertos productores con el objetivo de establecer algunos acuerdos para la organización de fechas. Esta decisión tiene un marco de interpretación muy simple, pensemos que los artistas son los actores que más rotación tienen desde el punto de vista de una sala que organiza entre 4 a 6 eventos por semana, por tal motivo, pretender organizar cada evento definiendo criterios comunes y negociando formas de trabajar desde cero con cada participante, es mucho más desgastante y costoso para quienes gestionan cotidianamente la sala. Por esto, la intermediación de productores es necesaria para los dueños de las salas.

Tanto estos como productores se preocupan por establecer vínculos cercanos y demostrar que tienen modos de trabajar coherentes al negocio.

Hablar de productores, o simplemente de producción, es similar a lo que la literatura definió como gestión musical, ambas categorías incluyen un cúmulo de actividades escasamente definidas que se tejen entre estrategias artísticas y económicas en vínculo con políticas públicas (Boix, 2013, 2016; Irisarri, 2015; Gallo y Semán, 2016). Esta bibliografía se centra en cómo las actividades de gestión cambió el estatus del artista, quienes debieron incorporar otras habilidades y conocimientos a sus repertorios técnicos e instrumentales. Para el caso analizado, este tipo de actividades se nombran “hacer producción” o “ser productores”⁵ y pueden ser asumidas por diversas personas en la música. En el caso específico de Pez Volcán, sus eventos son producidos por artistas que participan de proyectos colectivos o individuales; también, DJs que hacen fiestas a modo de obtener una entrada económica más grande; o personas sin relación con la identificación de artistas, pero que intervienen en la música desde varias actividades de gestión, como también pueden ser managers o booking.

Octavio y Raquel son dos productores que trabajan con mayor frecuencia en la sala. Siguiendo la precaria clasificación armada en el párrafo anterior, ambos pertenecen al último grupo. Octavio es joven, todavía no llegó a los 30 años y es oriundo de Mendoza, aunque hace más de 5 años vive en la ciudad de Córdoba. Está muy interesado en las nuevas tecnologías aplicadas a la música, en marketing, consumos y comunidades culturales en la música. Se autoreconoce como “muy ñoño” porque le gusta leer artículos especializados, asistir a charlas, ferias y participar de comunidades virtuales sobre esta temática⁶. Con su novia gestionan la productora Fresquita Pipol con la cual realizan diversos eventos enmarcados estéticamente en géneros de raíz negra como jazz, funk, hip hop y neosoul. En el Pez realizan una jamm cada 15 días en donde se presentan diversos artistas y bailarines locales, además, producen otros eventos con bandas. Octavio obtiene sus ingresos económicos del trabajo de productor en esta u otras productoras locales y con la administración de departamentos de alquiler temporarios para diversos propietarios.

⁵ Si bien gestión y producción son modos de categorizar las mismas actividades, hay una diferencia sustancial entre quienes se nombran gestores culturales y productores a secas. Esta diferencia no está explorada desde la bibliografía, pero podríamos suponer que la categoría de gestión cultural moviliza una interpelación al Estado y las políticas públicas.

⁶ Es necesario aclarar que esta mirada fue cambiando desde esa fecha al presente acentuando la valoración del cuarteto como patrimonio cultural, así lo sancionó la Legislatura provincial en el 2013 y el congreso nacional en el 2021.

Raquel es unos años más grande, cordobesa y diseñadora gráfica, trabaja vinculada a un colectivo llamado Las Pibas Producen que gestionan eventos, talleres y capacitaciones para mujeres y diversidades en la música. En conjunto con Pez Volcán organizan también una jamm para visibilizar la participación de artistas mujeres cis, lesbianxs, trans, travesti e intersex no binario, en donde se impone como criterio para subirse al escenario el pertenecer a alguna de estas identificaciones. Al igual que Octavio, también producen fechas para artistas o bandas vinculadas a esta comunidad. Raquel obtiene la mayor parte de sus ingresos por trabajar de diseñadora gráfica para una empresa extranjera.

Los dueños de salas valoran que los productores tengan sus proyectos particulares en los cuales invierten tiempo y recursos para hacerlos crecer. Este es uno de los capitales más preciados y movilizadores por productores, se esfuerzan por canalizar cierto movimiento de públicos y artistas alrededor de sus eventos, para luego vender ese tránsito a las salas. En una conversación que tuvimos en el verano del 2021, pocos meses de inaugurar el Pez, Enano me comentó lo siguiente:

Vos ves a Octi y sabés cuál es su interés, él quiere que crezca la Fresquita People y trabaja todo el día para ello, después Rackel está con las Pibas Producen y ese es su lugar de intervención. ¿Vos quieres ser productor? Tenes que armar un proyecto para realizar y luego vemos cómo llevarlo adelante.

Estos proyectos son marcas o emprendimientos culturales que articulan el trabajo con ciertas bandas, artistas solistas, bailarines, diseñadores, etc. para definir una propuesta estética orientada a públicos específicos. Estos emprendimientos son representados por quien oficia de productor y para su realización es necesario desarrollar una serie de actividades, como coordinar con los diversos artistas y dueños de salas, definir acuerdos económicos, conocer el funcionamiento de la sala y sus disposición técnica para definir una la puesta escénica, diseñar estrategias de difusión y convocatoria de público, ordenar la venta de entradas, contratar personal de apoyo necesario, entre otras.

Parte clave de la posición que tiene el productor es su vínculo con artistas. Si para dueños de salas, lo importante del productor es canalizar una movida cultural en sus eventos, para artistas son los acuerdos económicos que puedan alcanzar. Para dar cuenta de este vínculo retomo una breve observación que realicé en Pez Volcán el mes de julio del 2023.

Quedamos a solas con Octi en la recepción, él sentado en una banqueta alta y yo apoyado en el mostrador. Mientras el evento continuaba en la sala, nosotros charlamos sobre cómo estuvo el día de cada uno, en un momento le suena el celular, lo ve y acto seguido lo tira al mostrador visiblemente enojado. Le pregunté qué pasó y me contó que le llegó un mensaje de un artista con quien quería organizar una fecha para acompañar a una banda mendocina. Esta persona le respondió que no trabajaban por porcentaje. Me contó que le contestaron que la banda no estaba para fechas por fuera de “lo privado” porque estaban grabando un disco.

Le pregunté a qué se referían con lo privado y me respondió con una cuasi definición: son los eventos que los contratan por un fijo, entonces, a los artistas nos les importa la cantidad de gente que llevan. Desde su mirada, este modo de trabajar no contempla las posibilidades que tendrían los proyectos si se animan a salir del “privado” y apostaran a la formación de públicos. Luego señaló una división que me pareció muy llamativa, “trabajan para la industria gastronómica, no quieren fortalecer la industria de la música”.

El lugar de los productores en la escena de música urbana es tejer entre las expectativas de las salas, artistas y públicos articulando un mercado musical posible.

Conclusión

Esta ponencia buscó describir el complejo entramado del mundo de música urbana en Córdoba definiendo este circuito desde su lejanía con la industria discográfica porteña y la industria musical del cuarteto. Esta delimitación nos marca modos de hacer arraigados históricamente en la autogestión e independencia de los proyectos que en este territorio se desarrollan. La autogestión de artistas se configura en diálogo con otros actores que son relevantes para la configuración de la música cordobesa, como son los dueños de salas y los productores de eventos. En este diálogo se configura un novedoso mercado musical que mantiene cierta autonomía de los grandes grupos económicos de la industria musical, como también del Estado y sus políticas públicas.

En similitud a lo descrito por Gallo y Semán (2016) para la Ciudad de Buenos Aires y su zona metropolitana, en Córdoba también se observa la emergencia de nuevos parámetros para articular proyectos musicales, expectativas profesionales y económicas. Esto no es exclusivo para los artistas, ya que observamos a dueños de salas que invierten en generar mejores

espacios para bandas locales con las que se sienten implicados y. al mismo tiempo, hacer posible un negocio les permita vivir de la música desde esta apuesta. También, a productores que intermedian entre las estrategias de bandas y salas para generar eventos que lleguen a un público. Ambos autores señalan como parte de la nueva estructura de posibilidades el hecho de la conformación de públicos interesados en los proyectos musicales y que los volvieron solventes económicamente. Esto es así, también gracias a la eficacia de productores que realizan eventos articulando diversos proyectos musicales y desarrollando estrategias para ampliar los públicos.

Bibliografía

- Blázquez, G. (2009) *Músicos, mujeres y algo para tomar. Los mundos de los cuartetos en Córdoba*. Córdoba: Recovecos.
- Díaz, C. (2015). "Folklore alternativo. Estrategias discursivas y construcción de diferencia". En Costas, R. (comp) *Hacer la diferencia: abordajes sociocríticos de prácticas discursivas*. Villa María: Eduvim.
- Gallo, G. y Semán, P. (Comp.) (2016) *Gestionar, mezclar, habitar: claves en los emprendimientos musicales contemporáneos*, Buenos Aires: Editorial Gorla
- Guevara Olguín, F. (2019) "Música: la organización como sustentabilidad". En Salguero, C. (comp.) *Cultura independiente Córdoba*. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación.
- Lamacchia, M. (2012) *Otro cantar. La música independiente en argentina*, Buenos Aires: Unísono Ediciones.
- Paez, F. M. (2015). *Artes de hacer en encuentros culturales de la provincia de Córdoba, 2010-2013*.
- Pairone, J. (2016) *Esto es una escena: discos cordobeses emergentes y diferentes formas de escribir sobre música*, Córdoba: El Servicio Postal
- Puig y Pucheta (2012) *Bienvenidos al show: apuntes para una nueva música urbana de Córdoba*, Córdoba: Editorial Grafica 29 de Mayo.
- Quiña, G. (2014) "Las múltiples dimensiones de la música independiente". En la revista *Versión Estudios de comunicación y política*, núm. 33, México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Toledo, S. (2018) “2009 o el año en el que estallamos”, en Rolando, C. (2018) Yo estuve ahí: testimonios sobre el rock en Córdoba, Córdoba: Editorial Universidad Nacional de Córdoba.