

# ARGENTANGO

## LA INDUSTRIA, LO NUESTRO, EL OTRO Y LA NOVEDAD

## ARGENTANGO

### THE INDUSTRY, WHAT IS OURS; THE OTHER AND THE NOVELTY



**Lautaro Casa**  
lau.casa@live.com.ar

**Sabina Maza**  
sabinamattano@gmail.com

Facultad de Bellas Artes  
Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Reseña a Marina Cañardo (2017). *Fábricas de Músicas. Comienzos de la Industria Discográfica en la Argentina (1919-1930)*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Gourmet Musical, 312 páginas

#### RESUMEN

Este trabajo remite a una investigación sobre el desarrollo de la industria discográfica durante los inicios del siglo XX en la Argentina. El libro aborda la relación de la fonografía con las dinámicas internacionales de los grandes conglomerados de la industria cultural y su influencia en los cambios socioculturales de consumo y de producción musical en nuestro país.

#### PALABRAS CLAVE

Industria; Star System; intérprete; tango; nacional

#### ABSTRACT

This work makes reference to some research on the development of the record industry during the early twentieth century in Argentina. The book deals with the relationship of phonography with the international dynamics of the great conglomerates of the cultural industry and their influence on the sociocultural changes of consumption and musical production in our country.

#### KEYWORDS

Industry; Star System; player; tango; national

Messi-Maradona-Tango. Usualmente este es el trinomio que comprende el imaginario colectivo de toda persona extranjera cuando se hace alguna mención sobre la Argentina, aunque también serían estereotipos, la argentinidad no es la Guerra de Malvinas, el candor de su gente ni su economía. Entonces, ¿cómo es que nuestra identidad cultural quedó fuertemente arraigada a una música *exótica*, que causó furor alrededor del mundo en los albores del siglo XX? En 1919, un año después de la Primera Guerra Mundial, comenzó a funcionar en la Argentina la primera fábrica de discos del país: Odeón. Con sede administrativa en Europa y en Estados Unidos, el desarrollo de la empresa a nivel nacional respondía a un interés creciente por parte de los grandes conglomerados internacionales de la industria discográfica en ampliar sus mercados y obtener novedades musicales.

En *Fábricas de Música* Marina Cañardo desanda esta coyuntura que se enmarcó en la conformación de un mercado global, donde la competencia entre las grandes firmas de edición y de grabación musical incidió en el desarrollo de un mercado musical transnacional. En tal proceso, categorías como novedad e innovación influyeron en la construcción de los denominados *productos musicales nacionales* mediante los catálogos distribuidos por las grandes firmas, respaldados por el avance de las tecnologías de grabación musical.

La crítica que la autora expone en su relato alude a las consecuencias que tuvo la competencia industrial establecida entre los dos grandes sellos discográficos —Víctor y Odeón—, su repercusión en la producción musical, la implementación de nuevas tecnologías —el micrófono y la doble cara del vinilo—, sus aportes en la construcción del *star-system*, la elaboración de grandes catálogos musicales por género y las orquestas típicas concebidas para acrecentar esa puja entre los sellos discográficos.

A partir de una exhaustiva recopilación de registros empresariales, crónicas periodísticas, artículos en revistas, folletos de venta y catálogos de las firmas, Cañardo expone el cambio sustantivo —resultante del avance en los sistemas de reproducción musical— no solo en lo que respecta a la incidencia económica de este fenómeno, sino también a las repercusiones que dicha innovación trajo aparejadas a nivel sociocultural.

La peculiaridad de este consumo individual, repetido a voluntad del oyente en la intimidad del hogar, fue un rasgo que, eventualmente, se impuso también sobre los grandes públicos de los teatros, los cines, los clubes o los eventos sociales. Así, surge para la autora un primer desplazamiento hacia un consumo exotista basado en la búsqueda de producciones foráneas y novedosas, construidas bajo estereotipos musicales de otras latitudes y descontextualizadas de su propio marco de referencia. Las innovaciones tecnológicas trajeron un nuevo mercado que no se restringió a lo musical, sino que se complementó con la edición de manuales de danza para aprender a bailar el tango o a ejercitarse en el hogar.

Otro de los cambios significativos que expone *Fábricas de Música* es el aspecto referido a la configuración del llamado *Star System*, entendido como la jerarquización de los grandes intérpretes de la época. Esta traslación de la escala valorativa y la equiparación de compositor e intérprete potenciaron un consumo diversificado de las producciones, basado en las particularidades de la interpretación. Así, esta nueva tendencia de consumo, centrada en las «estrellas musicales», pobló el mercado internacional de un cúmulo de versiones sobre una misma pieza, justificando su existencia en la diversificación del uso social de dichas músicas, o bien arraigadas en la búsqueda de ciertas fibras nacionalistas. La autora señala en la figura de Carlos Gardel la cristalización del valor del intérprete como símbolo icónico de la producción musical y su injerencia en esferas como la publicidad, el comercio y el cine; también en artículos ajenos a la música o, como en el caso de la orquesta de Canaro, su empleo en la construcción de una imagen sobre la cultura nacional ante *el otro*. En el proceso de endiosamiento del intérprete resultó sustantivo el aporte del micrófono como nuevo sistema de grabación y la fidelidad con la que la nueva tecnología logró captar su voluntad interpretativa.

Otro rasgo interesante que aporta la autora radica en el uso que las grandes industrias musicales hicieron sobre lo nacional como un valor agregado de los productos musicales de la época tanto en lo referente a la comercialización interna como para el exterior. Así, el libro desanda la significación de *lo argentino* no sólo como un *slogan* de ventas, sino como la conformación y la cristalización de un entramado de géneros o de un conjunto de producciones musicales, específicas y catalogadas como representativas del denominado «sentir nacional». Por un lado, como un brazo de los movimientos nacionalistas del siglo anterior, la industria ensalzó esa construcción de lo nacional desde adentro hacia afuera, con el tango como estandarte. Es con relación a esa utilización forzada que el texto expone incongruencias geográficas —«el tango que se escucha en la Cordillera de los andes»— o construcciones estereotipadas —«tango tocado por gauchos de bombacha y pañuelo»—. Quizás, una de las deudas del libro radica en no indagar con profundidad en el rol de la industria en lo referido al proceso de estilización del tango, como producto musical, donde se fueron perdiendo los aspectos que lo ligaban a su origen sincrético producto de la afrodescendencia y la inmigración, o su carácter marginal y prostibulario.

Por otro lado, son de interés los aportes de Cañardo en cuanto a la incidencia del consumo sobre el ejercicio interpretativo, las decisiones de instrumentación, la búsqueda de nuevos artistas, la conformación de las grandes industrias culturales multidisciplinares y su relación con el tango durante los primeros decenios del siglo XX.