



## “Esto es un negocio”: dinámicas de producción musical de narcocorridos en la industria del Movimiento Alterado

JORGE AARÓN SILVA RODRÍGUEZ\*  
Universidad Anáhuac

CÉSAR JESÚS BURGOS DÁVILA  
Universidad Autónoma de Sinaloa

### Resumen

El objetivo del artículo es mapear y analizar las dinámicas de producción musical de los narcocorridos del Movimiento Alterado, a partir de la red económica y administrativa que los produce. Asimismo, describir la relación entre la industria, los músicos y los espacios en los que circulan. Asumimos el narcocorrido como un objeto mercantil articulado a contextos históricos, culturales, sociales, políticos y económicos. A su vez, consideramos que la industria del Movimiento Alterado despliega conocimientos empíricos, habilidades técnicas musicales, estrategias empresariales y presupuestos de audiencia para producirlos. El análisis de las prácticas y dinámicas de producción parte de entrevistas formales e informales realizadas a actores clave que participan en el campo de producción musical. En los resultados, sobresale que la producción de narcocorridos del Movimiento Alterado responde a prácticas de acumulación flexible; esto es, un producto con un sentido de fabricación emergente, ajustado al consumidor, que no nace orgánicamente del contexto. El narcocorrido se construye por un proceso de producción orientado a un mercado meta específico. En distintas etapas de producción intervienen acuerdos y flujo económico para su materialización.

**Palabras clave:** industria discográfica, narcocorridos, movimiento alterado, narcocultura, economía

### Abstract

The objective of the article is to map and analyze the musical production dynamics of the narcocorridos in Movimiento Alterado, based on the economic and administrative network that produces them. Likewise, describe the relationship between the industry, musicians and the spaces in which they circulate. We assume the narcocorrido as a commercial object articulated to historical, cultural, social, political and economic contexts. In turn, we consider that the Movimiento Alterado industry deploys empirical knowledge, technical musical skills, business strategies and audience budgets to produce them. The analysis of production practices and dynamics is based on formal and informal interviews carried out with key actors participating in the field of music production. In the results, it stands out that the production of narcocorridos of the Movimiento Alterado responds to flexible accumulation practices; that is, a product with a sense of emergent manufacturing, adjusted to the consumer, that is not born organically from the context. The narcocorrido is built through a production process oriented to a specific target market. In different stages of production, agreements and economic flow intervene for their materialization.

**Keywords:** recording industry, narcocorridos, movimiento alterado, narcoculture, musical economy

A inicios de la década del 2000 saltó a la escena musical el denominado Movimiento Alterado. Un subgénero del regional mexicano conformado por productores y artistas que producían narcocorridos de alcance transnacional; la narrativa de los mismos reflejaba el contexto de guerra contra el narcotráfico, declarada a los cárteles de la droga por parte del Estado Mexicano (2006-2018).<sup>1</sup> Allende a las temáticas de sus canciones, el Movimiento Alterado trajo consigo una serie de cambios en las formas de producción, comercialización, distribución y consumo de los narcocorridos.<sup>2</sup>

El anterior cambio señalado se debía a cuatro factores: Primero, el contexto de guerra contra el narcotráfico ponía en marcha la maquinaria creativa de escritura, composición y producción musical. Lo anterior, impactó en la creación de canciones más explícitas, descriptivas e hiper violentas. Partiendo de elementos de la música banda y música norteña, la ejecución musical del Movimiento Alterado insertó ritmos y arreglos más complejos y acelerados.<sup>3</sup>

Segundo, cambió el proceso de distribución y consumo de canciones en la industria musical. Se favorecía el acceso y distribución gratuita de narcocorridos desde plataformas digitales. En el nacimiento del Movimiento Alterado, se incorporó al mercado meta como parte del proceso de producción musical a través del uso de las redes sociales. Es decir, los artistas y productores mantenían contacto y retroalimentación constante con población predominantemente juvenil que escuchaba narcocorridos.<sup>4</sup> El mercado meta ya no se asumía como audiencia pasiva, sino como un cooperador y consumidor activo del producto.<sup>5</sup>

Tercero, las políticas de censura por parte del gobierno mexicano pasaron de ser una medida preventiva a una de intervención directa. En las propuestas y modificaciones de leyes se buscó penalizar o cancelar la interpretación, distribución y consumo de los narcocorridos en espacios públicos.<sup>6</sup> En consecuencia, medios de distribución tradicional como la radio y la televisión se

---

\* Investigador Posdoctoral CONAHCYT en la Universidad Autónoma de Sinaloa.

<sup>1</sup> La mercantilización y musicalización de eventos violentos se mantiene en la expresión corridística contemporánea. Natalia Cano en «¿Por qué generan controversia los corridos tumbados?». *¡billboard!*, (2023), ha documentado el éxito y la controversia de las producciones de Corridos Tumbados en el contexto de violencia que atraviesa México en la actualidad. El Movimiento Alterado tuvo un periodo de nacimiento efervescente, auge, y un periodo de consolidación de carreras artísticas como las del Komander o Gerardo Ortiz; sin embargo, esa marca del Movimiento Alterado se desvanece y aparecen otras nuevas figuras con una retórica similar, que responde a un contexto de violencia. La producción corridística no ha cesado, porque el contexto sigue igual.

<sup>2</sup> Juan Rogelio Ramírez Paredes, «Huellas Musicales de La Violencia: El ‘Movimiento Alterado’ En México.», *Sociológica* 27, no. 77 (2012): 203–222, <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=86957640&lang=es&site=eds-live>; Juan Carlos Ramírez-Pimienta, «De torturaciones, balas y explosiones: Narcocultura, movimiento alterado e hiperrealismo en el sexenio de Felipe Calderón», *Contracorriente: Revista De Historia Social Y Literatura En América Latina*, no. 10(3) (2013): 305-308.

<sup>3</sup> Ramírez-Pimienta, «De torturaciones, balas y explosiones: Narcocultura, movimiento alterado e hiperrealismo en el sexenio de Felipe Calderón», 308-313; César Jesus Burgos Dávila, «“Que Truene La Tambora y Que Suene El Acordeón!»: Composición, Difusión y Consumo Juvenil de Narcocorridos En Sinaloa.», *TRANS: Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review* no. 20 (2016): 185–208, <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=rft&AN=A1980914&lang=es&site=eds-live>.

<sup>4</sup> Ramírez Paredes, «Huellas Musicales de La Violencia: El ‘Movimiento Alterado’ En México.», 203-222; César Jesus Burgos Dávila, «Narcocorridos: Antecedentes de La Tradición Corridística y Del Narcotráfico En Mexico», *Studies in Latin American Popular Culture*, no. 31 (2013):157–183, doi:10.7560/SLAPC3110.

<sup>5</sup> Sabina Potra, «What Defines a Prosumer? An Insight in Participative Consumer Behaviour», *Proceedings of the European Conference on Management, Leadership & Governance*, (2017): 380–385, <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=122433101&lang=es&site=eds-live>.

<sup>6</sup> César Jesús Burgos Dávila, Helena Simonett y David Moreno Candil, «La censura al narcocorrido en México: análisis etnográfico de la controversia», en *Economías de la música norteña*, ed. por José Juan Olvera Gudiño (Ciudad de México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2021), 47-68.

mostraron renuentes a tocar narcocorridos, respaldados en la regulación legal que les impedía reproducir contenidos que hicieran apología a la violencia. Sin embargo, las nuevas plataformas digitales se encontraban — y continúan — fuera de la regulación legal; por lo tanto, el Movimiento Alterado encontró una vía libre de distribución y consumo gratuito.<sup>7</sup> Además, el narcocorrido continuó circulando mediante los sistemas de venta ambulante, conocidos como puestos piratas.<sup>8</sup>

Cuarto, la producción del Movimiento Alterado significó un quiebre generacional. Las letras, ejecución y el estilo musical se dirigían a una población juvenil. La circulación, consumo y apropiación de las canciones fue relevante en jóvenes de California, Sinaloa y la franja fronteriza entre México y Estados Unidos. Para las juventudes, representaba una moda, un estilo y un referente identitario. Los narcocorridos formaban parte de las prácticas de socialización, ocio y entretenimiento de los jóvenes.<sup>9</sup>

A partir de los puntos anteriores, asumimos que los narcocorridos del Movimiento Alterado son un objeto mercantil que parte de un contexto de violencia. Es decir, la industria discográfica convierte episodios violentos en un negocio musical rentable, a través de un despliegue de conocimientos y habilidades musicales, así como de estrategias empresariales y presupuestos de audiencia.<sup>10</sup> Como sugiere Stuart Hall, se trata de un producto acotado por un “sistema de significados e ideas en una estructura de conocimiento de rutinas de producción.”<sup>11</sup> La relación contexto-música y viceversa no es directa. Aunque afirmamos que el narcocorrido provenga de un contexto, hay un gran intermediario con intereses propios que piensa, ensambla y distribuye un bien inmaterial como lo es la música. La industria musical es el nodo que recoge, adapta, reconfigura y actualiza eventos de un contexto para ensamblar la música que llega a nuestros oídos. Siguiendo a Žižek,<sup>12</sup> reflexionaremos los procesos y las prácticas concatenadas entre contexto e industria, a través de la producción de narcocorridos del Movimiento Alterado. Siguiendo a Pfohl & Gomm,<sup>13</sup> evidenciaremos la relevancia del capital económico en el proceso de producción del narcocorrido, a través de prácticas especulativas. Partimos de entrevistas formales e informales realizadas a una variedad de agentes que participan en el campo de producción musical, tales como: managers, productores, músicos, compositores, programadores de venta, dueños de casas productoras y programadores de radio.<sup>14</sup>

<sup>7</sup> Raquel Miserachi, «La historia de los narcocorridos, el Twiins Music Group y el movimiento alterado», *Univisión* (2016), <https://www.univision.com/musica/uforia-music-showcase/la-historia-de-los-narcocorridos-el-twiins-music-group-y-el-movimiento-alterado>; Entrevistado 8, Productor/Dueño de Disquera, 25 de septiembre 2020.

<sup>8</sup> Burgos Dávila, «“Que Truene La Tambora y Que Suene El Acordeón!”: Composición, Difusión y Consumo Juvenil de Narcocorridos En Sinaloa.”», 200-201.

<sup>9</sup> Josh Kun, «“The Twiins: Mexican Music, Made in America”». *The New York Times*, (2006), <http://www.nytimes.com/2006/05/14/arts/music/14kun.html?pagewanted=all>.

<sup>10</sup> Keith Negus, *Music Genres and Corporate Cultures* (London: Routledge, 1999), 14; Tony Bennett, et al., *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*. (London: Routledge, 1993), 20-15.

<sup>11</sup> Stuart Hall, *Encoding, Decoding. The Cultural Studies Reader*, Ed por Simon During (Londres: Routledge, 1999), 510.

<sup>12</sup> Slavoj Žižek, *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales* (Argentina: Ediciones Paidós, 2008), 8-25.

<sup>13</sup> Hans-Christian Pfohl y Moritz Gomm, «Supply Chain Finance— Optimizing Financial Flows in Supply Chains», *Logistics Research*, no.1 (2009): 1, 149-161. 10.1007/s12159-009-0020-y.

<sup>14</sup> Realizamos 20 entrevistas de septiembre del 2019 a noviembre de 2020. Los encuentros fueron presenciales y virtuales. Cada entrevista duró un tiempo aproximado entre 20 minutos y 1 hora y 20 minutos. A cada persona que colaboró durante las entrevistas

### El contexto de violencia como insumo de la industria musical

Para Žižek la violencia puede pensarse como una moneda a dos caras con tres características conceptuales. Por un lado, la cara visible la denomina violencia subjetiva y la entiende como los eventos que trastocan la cotidianidad; estos, tienen la peculiaridad de percibirse en los incidentes traumáticos que como individuos o sociedad vivenciamos, en donde el nivel de comparación es de cero a cien, sin puntos intermedios. Por el otro lado, la cara invisible de la moneda es la violencia objetiva y refiere al trasfondo cotidiano, uniforme y habitual que forma la rutina de un individuo o sociedad. Esta cara invisible de la moneda nos muestra un tamiz de fondo con el que podemos contrastar y está caracterizada por dos elementos: la violencia simbólica, encarnada en el lenguaje y sus formas; y, la violencia sistémica, consecuencia del funcionamiento del sistema político y económico.<sup>15</sup>

En la cotidianidad de México, no resulta difícil toparse con señales evidentes de violencias y transgresiones asociadas al narcotráfico. Algunas de ellas son: homicidios, secuestros, extorsión, tráfico de armas, balaceras, persecuciones, enfrentamientos, desplazamientos forzados, desapariciones, lavado de dinero.<sup>16</sup> Desde la propuesta de Žižek, se trata de una constante “perturbación del estado normal y pacífico de las cosas.”<sup>17</sup> Este vaivén entre lo que percibimos como normal y los actos que lo perturban, son las fronteras o contornos de lo que entendemos como violencia subjetiva. Pero no sólo eso, la oscilación entre los actos que se perciben como extraordinarios dentro de lo ordinario y que señalan contornos de normalidad y perturbación, son el insumo y la justificación de la industria musical que recoge hechos violentos como materia prima para producir letras, discos o cantantes. Sirva de ejemplo la explicación de un productor, dueño de disquera:

Y muchos me dijeron: ‘Tas bien loco, ¿qué es esto? tas fomentando el...’ ¿Sí? Pero es como yo les digo: ‘Todo esto es con mucho respeto, aquí lo único que se aprecia es el arte, es lo que estos muchachos... ¡lo tienen que ver cabrón!’ Porque a pesar de que están hablando de todas las broncas que están en México, pues lo están haciendo de una forma artística, con melodía, con un concepto. Y mucha gente llegamos a ser criticados por ello, porque ‘no era posible que nosotros estemos apoyando ese... pss todas las matanzas.’ Pero no era así. Nunca. Yo creo que después llegaron a entender. Alguien tenía que ver a estos morros, que tenían mucho que decir. Así lo vi yo, siempre.<sup>18</sup>

El extracto anterior sitúa al narcocorrido como un producto comercial que se vincula a un contexto de violencia. La industria musical ensambla un producto que refleje y reconstruya el contexto y los actos perturbadores que lo rodean; en las canciones, se hace referencia a aquellos que visiblemente trastocan la cotidianidad de las personas. Es decir, se toman como base nombres,

---

se les explicó que se trataba de una investigación con fines académicos. Además, que el contenido de las entrevistas iba a ser tratado de forma anónima y confidencial.

<sup>15</sup> Žižek, *Sobre...*, 10-15.

<sup>16</sup> David Moreno Candil, César Jesús Burgos Dávila y Jairo Valdez Batiz, «Daño Social Y Cultura Del narcotráfico En México: Estudio De Representaciones Sociales En Sinaloa Y Michoacán», *Mitologías Hoy*, no. 14 (2016): 249-252, <https://raco.cat/index.php/mitologias/article/view/v14-moreno-burgos-valdez>.

<sup>17</sup> Žižek, *Sobre...*, 10.

<sup>18</sup> Entrevistado 8, Productor/Director de Disquera, 25 de septiembre del 2020.

apellidos, lugares, regiones y referencias explícitas a organizaciones delictivas con las que el público meta se puede identificar.

En contraparte a la violencia subjetiva, la violencia objetiva es “la invisibilidad sistémica que se disfraza de normalidad.”<sup>19</sup> Esta, es un juego de interdependencia entre la abstracción ideológica y las prácticas individuales que se establecen, retroalimentan y cristalizan, unas a otras, al interior de las estructuras sociales. Cuando Žižek se refiere al capitalismo como sistema imperante, no sólo señala esta abstracción ideológica, sino también, a una estructura que condiciona o disciplina las interacciones entre los individuos, los procesos y las prácticas. Y, es justo en esas prácticas cotidianas, donde se identifica el actuar habitual de las personas ya moldeadas por las abstracciones capitalistas.

Para Žižek, sería simplista afirmar que la violencia sistémica es sólo el desdoblamiento de una abstracción ideológica en el cual las personas, los recursos y las capacidades productivas, circulan en una estructura de lógica mercantilista. Antes bien, el problema de esa lógica capitalista y, razón por la cual es un sistema característicamente violento, es que las personas están constantemente inmersas y a merced de una lógica especulativa que apuesta con bienes y producción. La violencia perenne que provoca el capitalismo no es atribuible a personas concretas y sus malvadas intenciones, sino a esta danza especulativa del capital que persigue una meta con total indiferencia de saber cómo un beneficio puede afectar la realidad.<sup>20</sup>

En el caso del narcocorrido, esas prácticas especulativas resaltan en los procesos que discurren con bienes y producción en la persecución de un objeto mercantil, al poner en acción todo un capital económico, técnico, creativo y humano. La apuesta es generar un producto que se consume como aditamento de un estilo de vida que se inserta en las prácticas de socialización, ocio y entretenimiento. Para esto, se parte de un presupuesto de audiencia. Es decir, se toman ciertas características del contexto, se busca vincular el producto a un grupo de personas y, se especula con el éxito o fracaso del narcocorrido como un producto comercial. Sin embargo, el narcocorrido no siempre nace orgánicamente del contexto y surge más como una producción premeditada y estructurada para un mercado meta específico. Así lo explicó en entrevista un director artístico y programador de radio:

Persona X... Empresa X es, y acaba de lanzar como bandera o como sello, todavía, algo que él le llama los ‘corridos verdes’. Son corridos. Los grupos que él tiene son muy enfocados directamente sobre el consumo de marihuana. Así le puso, ‘los corridos verdes’. La mayoría de los grupos que graban tienen que ver con distribución, creación, efectos y, todo lo que tenga ver [con la marihuana]... Y creo que tirándole mucho al rollo de que en muchos lugares en Estados Unidos se está legalizando. (...)  
Cada subcultura tiene su reflejo musical con toda una industria, con toda una industria que te lo ponen allí para que sea: ‘¿Tú te consideras esto? A bueno, esto es lo que tienes que escuchar, y estos son los grupos que vas a escuchar, y estas son las disqueras que hay para esto.’ Es una industria, todo es una industria.<sup>21</sup>

La utilización del lenguaje mercadológico, sumado a las prácticas especulativas, evidencian parte del desdoblamiento que la red de producción musical despliega cuando calcula la entrada de un producto nuevo al mercado. No es fortuito, pero en el extracto de entrevista anterior nunca utilizan la palabra capitalismo y, en su lenguaje y tecnicismos, se habla en significados y

<sup>19</sup> Žižek, *Sobre...*, 10.

<sup>20</sup> *Ibíd.* p. 23.

<sup>21</sup> Entrevistado 5, Director Artístico y Programador de Radio, 26 de febrero del 2020.

connotaciones atribuibles al mismo. Por un lado, es en el lenguaje donde podemos traer al frente esa violencia sistémica; y por el otro, es en las dinámicas internas descritas, donde podemos hacer asequibles las prácticas especulativas que, a su vez, estructuran una industria y tienen consecuencias directas sobre las personas y las cosas.

Ahora bien, las prácticas especulativas al interior de la industria musical ponen en relieve la ausencia de reflexión respecto a las consecuencias no económicas que pueda traer la introducción del producto al mercado. Sólo se concentran en producir un objeto que se consuma. Existe una visible retroalimentación entre la industria musical y el consumidor orientada por preguntas como: ¿le gustó?; ¿pegó?; ¿qué no le gustó?; ¿cuánto pagaría por él?; ¿dónde y cómo lo consume?; ¿cómo se lo llevo hasta donde esté?

Es bajo las prácticas de oferta y demanda donde se asienta la reproducción de un producto comercial de contenido violento, en un contexto violento. El vínculo entre la industria musical y el consumidor se establece y fortalece sólo en términos económicos. Los contenidos, elementos estéticos y valoraciones artísticas son de interés para la industria, pero están en un segundo plano.<sup>22</sup>

Otro ejemplo sobre esta relación mercantilista y ausencia de reflexión sobre el impacto del narcocorrido se visibiliza cuando se cuestiona a los artistas, productores o representantes, si su producto promueve o no la violencia. En cualquier entrevista que se les haga, la respuesta es genérica, apoteótica y de defensa a su trabajo. Sirva como ejemplo el siguiente fragmento de entrevista:

No estamos promoviendo nada. Estamos diciendo la verdad, como son las cosas. Nosotros somos otro periódico más, del pueblo. Sin imágenes porque los noticieros pasan imágenes de cuerpos decapitados y nadie les dice nada. Yo estoy dando otra (...) Me inspiro en las cosas que todo mundo sabe (...) Como el nombre de X narcotraficante, todo mundo lo sabe. Todo mundo lo dice en las noticias. Y nosotros obviamente nomás agarramos los datos y los escribimos, y a la gente le gusta escuchar eso.

Entrevistador: pero, ¿no estás glorificando la violencia, el uso de drogas?

No.<sup>23</sup>

En el fragmento anterior sobre sale el interés económico, el reconocimiento de los gustos de la audiencia y la despreocupación sobre las posibles consecuencias de la canción en el contexto; es decir, el narcocorrido se produce para consumirse. Desde la experiencia de los músicos, compositores y la industria, no se hacen valoraciones sobre si es bueno o malo en el contexto. Así lo refiere el Komander en entrevista:

Esto es música. Siempre ha sido desde los años. Hace muchos años se ha escuchado el corrido, ¿verdad? Son otros tiempos. Definitivamente esta música que la gente ha estado satanizando tanto, eh. Pues sí, es más fácil decir 'no pos quítenla por esto'. Pero si canto o no corridos, es lo que está pasando [en México].<sup>24</sup>

<sup>22</sup>Theodor W Adorno y J. M. Bernstein, *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture* (Londres: Routledge Classics/ Routledge, 2001), <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=cat00047a&AN=udlap.000325581&lang=es&site=eds-live>; Negus, *Music...*, 1-14; Bennett, et al., *Rock...*, 97-165.

<sup>23</sup> Citado en César Jesús Burgos Dávila, *Mediación musical: Aproximación etnográfica al narcocorrido*, tesis doctoral (Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2012), 138. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/129901/cjbd1de1.pdf>

<sup>24</sup> *Ibid.* p.138.

Las prácticas de quienes habitan el campo de producción musical se cifran en términos mercantilistas. Los anteriores ejemplos de afirmaciones en el lenguaje son la forma más elevada de la ideología capitalista puesto que no pasan por la abstracción, sino que hacen referencia directa a la persona y sus prácticas.

Hacer esta distinción conceptual sobre la violencia anclada a las dinámicas de producción musical de los narcocorridos nos ayuda a materializar la violencia sistémica. Pero, también, nos permite explicar por qué hay actos de violencia asociados al narcotráfico que adquieren mayor visibilidad en los medios, mientras que otros pasan desapercibidos. Para Žižek, la razón de esta visibilidad es sencilla: “las consideraciones específicamente humanitarias por regla general desempeñan una función menos importante que las consideraciones culturales, ideológico-políticas y económicas.”<sup>25</sup>

Contextualizando el ejemplo a nuestro trabajo, la producción musical del Movimiento Alterado hace referencia predominantemente al cartel de Sinaloa y sus personajes. Esta selectividad de ver y ubicar un problema e ignorar otros en otras regiones, tanto en la cobertura como en las referencias que se hace a ciertos eventos y personajes, abona a la idea de reafirmar el criterio de selectividad de un sistema que desecha urgencias, crisis y consideraciones humanas, para seleccionar con criterios políticos, económicos y culturales.

Esta selectividad, aparentemente abstracta del capitalismo, opera en el aparato y la red de la industria musical que produce el narcocorrido. Es decir, del universo de problemas que pueden existir en el país, una sección de la industria de la música y las compañías discográficas procuran, producen, comercializan y lucran con los objetos o sujetos asociados al narcotráfico. Y, es aquí, en este perdigón que lanzan las empresas a ciertos eventos y personajes, donde se asienta otro punto que vincula y explica la reproducción de un producto comercial violento en un contexto de violencia: las empresas discográficas dedicadas a la producción de narcocorridos son una especie de aparato tautológico de violencia objetiva que afirma, redundante y obvia la selección de temas relacionados al narco; y que, posteriormente, buscan insertar en la vida cotidiana del mercado meta. Sin embargo, y paradójicamente, esa selectividad del aparato productor es a su vez dictada por la cotidianidad de los eventos de violencia subjetiva, vía la selección de la lógica capitalista.

A simple vista, el contexto de violencia subjetiva es necesaria para la creación de un narcocorrido, puesto que sus letras están asociadas a registrar los eventos que irrumpen la normalidad de las cosas. Sin embargo, más que compartir una realidad histórica o ser el notario de un conflicto, lo que sucede es que la violencia objetiva, es decir la abstracción de una lógica capitalista, opera como criterio de selección de un producto para las empresas musicales. El aparato económico/administrativo está volcado a identificar situaciones comunes con las que pueda envolver al narcocorrido para poder vender. Tales eventos genéricos podrían ser: las circunstancias en que ocurre el tráfico de drogas, los personajes, sus hazañas, las interacciones entre enemigos, sus descripciones de estilos de vida y cualquier otra representación genérica asociada a la temática del narcotráfico, que tenga el potencial de convertirse en figura icónica o fetiche.<sup>26</sup>

Los anteriores ejemplos de eventos se recogen de la realidad como insumo para poder amalgamarlos con los procesos internos de una industria musical que segmenta los gustos musicales

<sup>25</sup> Žižek, *Sobre...*, 11.

<sup>26</sup> Luis Astorga, «Corridos de Traficantes y Censura», *Región y Sociedad*, no. 32 (2005): 145–147, <https://search-ebshost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.5a2b83c80c4250ab6ea85c18e99182&lang=es&site=eds-live.>; Ramírez-Pimienta, «De torturaciones, balas y explosiones: Narcocultura, movimiento alterado e hiperrealismo en el sexenio de Felipe Calderón», 318–331.

en un público meta, tiene conocimiento de las formas de consumo, reconoce las vías de distribución y, en general, tiene consciencia de la parafernalia necesaria para poder vender. Sirva de ejemplo de esta mezcla entre la abstracción capitalista, la red de producción musical y el contexto, el siguiente extracto:

Yo en ese momento estaba grabando al Chapo de Sinaloa, Banda El Recodo, estaba grabando cosas como productor. Pero al mismo tiempo, me tocaban la puerta al estudio. Me tocó la puerta Gerardo Ortiz, El Komander. Chavos que decían: ‘Oye, soy compositor.’ Así me decían. ‘Y, pues canto también, pero aquí están las rolas’. Y entonces, empecé a ver un montón de corridos. Corridos, así de lo que se estaba viviendo en México. De la guerra que había en México. Y, empezó a suceder más seguido y más seguido. Fue donde yo ya le tomé atención, dije: ‘Ah cabrón, pues no creo que sea...’ Nadie los pelaba a ellos, nadie. No había disquera para eso antes. Al contrario, así nadie los pelaba, ni una disquera. Y yo no era disquera en ese momento. Entonces yo vi algo, vi un gran talento. Obviamente, me sorprendió lo que me estaban mostrando, y yo decidí ponerle atención a eso. Sin ser una disquera, me convertí en una disquera para poder darle una plataforma a todo ese talento que estaba menospreciado en ese momento.<sup>27</sup>

### **Financiación en el proceso de producción musical: intervención, circulación y relevancia.**

Acorde a Pfohl & Gomm,<sup>28</sup> los procesos de producción responden a un diseño logístico de insumos y suministros con miras a que resulten económicamente rentables. Sin embargo, al analizar el diseño y optimización de los flujos y mercancías de la cadena de insumos, los autores ponen en relieve cómo los elementos financieros impactan en la optimización de la cadena de suministro. Para los autores, la gestión de la cadena de suministro y su optimización está condicionada al flujo financiero que la alimenta. Es decir, la cadena de suministros se cristaliza por la suma de procesos de transacción sobre la base de un acuerdo económico. En cambio, la cadena de suministro es el tamiz sobre el cual actúa el flujo económico. Aterrizado al entramado de producción musical del narcocorrido, el financiamiento económico actúa en distintos agentes, procesos y momentos de la producción para que el narcocorrido sea un producto comercial.

Para evidenciar la influencia del elemento económico en la producción musical, conviene dar un recorrido por los agentes que participan. Un primer punto podría ser el compositor del narcocorrido. Éste, puede ser el cantante o algún miembro de la agrupación; o, algún artista que no tiene agrupación y no es considerado como cantante. La letra del narcocorrido es un insumo técnico y creativo que se busca vender a un artista, agrupación o disquera. Quien escribe narcocorridos necesita tener nociones (empíricas o formales) de composición, melodía, cuadratura y ritmo, así como una letra que resulte atractiva para quien la escucha. Del mismo modo, es necesario mencionar que la autoría podría resultar de una serie de combinaciones de acuerdos a la hora de definir quién hizo la música y la letra. Es decir, normalmente, el autor hace canción y música porque son dos procesos complementarios de la unicidad de la canción; sin embargo, existen autores que sólo hacen la letra de la canción y buscan quién haga la música; o, al contrario, existen músicos que generan melodías, pero no las complementan con letra. El proceso de composición de ambos elementos, letra y música, suele ser un ejercicio de ensayo y error en el que se va modelando, corrigiendo o interpretando la canción entre los distintos agentes que participan. Tales involucrados serían el autor, el artista, los músicos, el equipo técnico y el productor, al momento de grabar la canción en el estudio.

<sup>27</sup> Entrevistado 8, Productor/Director de Disquera, 25 de septiembre del 2020.

<sup>28</sup> Hans-Christian Pfohl y Moritz Gomm, «Supply Chain Finance— Optimizing Financial Flows in Supply Chains», 149-152.

En estudios recientes,<sup>29</sup> se ha documentado que la relación entre la industria discográfica, los compositores y los músicos versa sobre el volumen de producción. Ante la dificultad de predecir el éxito de una composición, lo importante es mantener un volumen que asegure éxito de, por lo menos, una canción. Para los compositores de narcocorridos, las prácticas de composición tienen un fuerte vínculo con el contexto. Es una mezcla entre vivencias, el reconocimiento de acontecimientos que son relevantes en la vida cotidiana, combinados con los gustos y las tendencias que marcan los consumidores de música. En palabras de músicos y compositores:

Tienes que picar piedra. Componer uno, sacar uno nuevo (...) El corrido que haces tiene que ir buscando que sea atractivo hacia la gente. O sea, que tú digas, esto puede jalar, esto puede llamar la atención.<sup>30</sup>

Un segundo punto, podría ser el artista o agrupación quien, en conjunto con su equipo, determinan si eligen el narcocorrido o no. Los criterios de decisión respecto a la elección de la canción no son muy claros, pero, básicamente eligen con tres ideas en la mente: les gusta la canción; la canción refleja lo que el artista está buscando para su imagen o intereses; y, la canción tiene el potencial de ser vendida. Acorde a Burgos & Almonacid,<sup>31</sup> a los anteriores criterios, habría que agregarle un último: la valoración por parte de las agrupaciones de sopesar el contenido de las canciones en el contexto donde se sitúan, por el riesgo que implica componer o apropiarse de ciertas letras. Los anteriores criterios quedan expuestos en el siguiente extracto de entrevista de un músico y compositor:

(...) Si alguien viene y me dice ‘oye, sabes qué, quiero que me hagas un corrido (...) que yo maté dos, tres personas y eso’. No, pues no (...) Yo me alejo de ahí porque no voy a componer corridos así. Un corrido de que andas moviendo droga o todo eso, pues es diferente a una persona que dice ‘no es que ya maté dos, tres personas’ (...) Para personas que han matado y todo eso no he compuesto ninguno. No se me ha dado la oportunidad. Y la verdad, no creo que lo haga (...) Si ya se quebró [mató] unos dos, tres y haces un corrido, esas personas se juntan con más que han quebrado [matado] más gente y ‘¿Quién te hizo ese corrido? No pues me lo hizo este morro’. La otra persona va a venir conmigo también (...) Está hablando de tres personas en un vínculo obvio más pesado que están hablando contigo.<sup>32</sup>

Un tercer grupo de agentes es el equipo que acompaña al artista o agrupación musical, que podríamos dividirlos en tres grandes secciones: encargados de publicidad y distribución; encargados de acuerdos y negociaciones; y, encargados de elementos técnicos. En el caso del primer grupo, nos referimos a los departamentos que se encargan de producir o contratar a quien pueda realizar videos, fotografías, diseño de imagen del artista, definición de mercados meta, presupuestos de pautas publicitarias, relaciones públicas, manejo de contenido en redes y plataformas digitales, manejo y contacto con medios convencionales (radio y televisión) y producción de objetos comercializables.

En cuanto al segundo grupo, nos referimos al mánager del artista, al dueño de la disquera, a los promotores, o a todo aquel agente administrador del proyecto y del artista. De este grupo,

<sup>29</sup> Burgos Dávila, «“¿Que Truene La Tambora y Que Suenen El Acordeón!”: Composición, Difusión y Consumo Juvenil de Narcocorridos En Sinaloa.”», 190.

<sup>30</sup> Entrevista, Músico y compositor, 2009.

<sup>31</sup> César Jesús Burgos Dávila y Julián Alveiro Almonacid Buitrago, «Composición de narcocorridos en tiempo real: construcción sociomusical del 17 de octubre, el culiacanazo», *Encartes*, no. 8 (2021): 10-37, <https://doi.org/10.29340/en.v4n8.173>.

<sup>32</sup> Entrevista, Músico y compositor, 2015.

proviene la mayoría de las decisiones económicas como las cantidades que se destinan a cada parte del proyecto y la captura de las posibles regalías que devengan de cada contrato del artista. Otro agente es el *labor mánager*, quien acompaña al artista cuando está de gira y se encarga de la preparación, ejecución y salida del evento: coordina viajes, hoteles, comidas, traslados, logística de músicos, instrumentos, equipo, coordinación con las empresas, gobiernos o agentes privados que contratan el espectáculo.

El tercer grupo, son las personas encargadas de elementos técnicos que participan en el estudio de grabación y posteriores momentos de presentaciones en vivo o ensayos; es decir, productor, músicos, ingenieros de sonido, ingenieros de mezcla y masterización, personal de carga, monta y traslada equipo e instrumentos, luces y sonido. En la mayoría de las ocasiones, estas actividades técnicas están traslapadas y una sola persona puede encargarse de supervisar todo el proceso de alineamiento del talento humano y técnico.

Bosquejados los agentes y sus funciones en el entramado de producción musical es importante señalar que, sin importar la etapa del proceso en la que se encuentren, cada vez que un agente necesita de un insumo humano, técnico, creativo o económico, se da entre ellos una dinámica que entendemos como una danza especulativa de negociaciones, sueldos y acuerdos de porcentajes de ganancias. *Grosso modo*, es precisar si por el intercambio de insumos o servicios sólo se paga un sueldo y se sella el acuerdo entre los agentes; o, determinar quién desembolsa el dinero y cuánto porcentaje de inversión le sería retribuirle en el futuro, dependiendo del éxito de la canción. La danza especulativa entre los agentes siempre se resuelve con una intervención monetaria o con la posibilidad de una utilidad a futuro. Estas negociaciones previas entre los agentes sobre la base de un acuerdo económico son las que permiten que exista una secuencia en el proceso de producción musical. Es la financiación económica la que permite la materialización del proceso de producción.

La danza especulativa entre los agentes evidencia el punto en el que convergen el flujo económico sobre las etapas de producción musical. Cualquier parte del proceso puede destrabarse a través de la danza especulativa previa, al momento de inyectarle dinero o la promesa de dinero a futuro. La financiación económica es la espada que desata el nudo gordiano de la negociación entre los agentes, en cualquier etapa del proceso de producción musical. Lo anterior es vital porque, de no existir acuerdos previos, la secuencia se paraliza, se destruye o nunca se concreta. Ejemplo:

Yo digo que los artistas, son artistas, *brother*. Pero la gente que está alrededor son los comerciantes, ¿no? Entonces son los que están: ‘oye, pérame hay que hacer esto, hay que hacer esto’ El artista, no. (...) Lamentablemente, ahí te va, el artista, y te lo pueden decir todos los representantes y disqueras, es traicionero. Está contigo cuando hay feria, pero cuando no hay feria, no hay nada.

Entrevistador: Pero te refieres, ¿traicionero es el que te vende o traicionero es el artista?

Los dos porque cuando al artista le ‘lavan el coco’ y le dicen: ‘oye, ¿sabes qué cabrón? Mejor vámonos. Está ganando mucho él, vámonos a otro lado y la madre’ Y así pasa. A veces, los proyectos se destruyen de esa forma. (...) Los acuerdos que pueda haber entre un artista y un representante o disquera, se rompen como si nada, *brother*. O sea, no existen. No hay contrato que pueda sostener un artista contigo. En este caso si tú eres representante o tienes una disquera.<sup>33</sup>

La danza especulativa no es una lucha a muerte entre agentes, aunque puede convertirse en una. Por ejemplo, la mayoría de los compositores y de los artistas llevan una relación de amistad y trabajo que se ha solidificado en el tiempo. Sin embargo, existe una gran diferencia entre un pago por canción versus el registro de la canción a nombre del compositor. Es decir, los compositores

<sup>33</sup> Entrevistado 8, Productor/Director de Disquera, 25 de septiembre del 2020.

pueden ganar más dinero cuando la canción queda registrada legalmente a su nombre, puesto que captura un porcentaje de las potenciales utilidades a futuro. Contrario a que sólo se le liquide el precio por la canción. En voz de un dueño de estudio de grabación, se explica así:

Allí si es una negociación muy personal entre, ya sea, el compositor y el productor. Por lo regular son los que hacen ese tipo de negociaciones. Es el compositor, productor y tal vez el dueño de la compañía. Son los que hacen esas negociaciones, ¿por qué hacen eso? Porque a veces, obviamente, todo es dinero, ¿no? Entonces, todo es dinero y cualquier cosa, si llega a funcionar el tema, genera dinero el tema. Le genera dinero al compositor, le genera dinero a la editora y todos quieren tomar raja, ¿no?<sup>34</sup>

Una vez que se tienen las canciones listas para grabar, el artista llega con la disquera o con algún productor independiente y trata de negociar, básicamente, dos cosas: el productor con el que se va a grabar y el costo económico de grabar con él. En el caso de ser una disquera, es ésta la que hace el contacto con el productor y define costos y primer desembolso de la inversión. Dependiendo de cada productor y disquera, la danza del precio se puede fijar en modelos de costo por horas, por canción, o por días y las “N” canciones que alcancen a grabar. Sin embargo, en cualquiera de las modalidades el desembolso es una cantidad considerable:

Los estudios, pues son muy caros. Aparte tienes que considerar que tengan muy buen staff de músicos que sean de estudio. Porque el 90 % de los artistas, no graba con sus propios músicos. Los graba con músicos de estudio. Que en realidad es raro que ese tipo de músicos acompañe al mismo artista en los shows en vivo; nada más los ocupan, necesariamente, para eso. (...) Todo eso ya estamos hablando de cantidades que por una producción de unos 5 o 6 temas, o hasta 10 temas, te salga arriba de 100 mil pesos.<sup>35</sup>

En el criterio para la elección de un productor musical por parte del artista o la disquera, éstos dan por sentado la capacidad técnica y habilidad creativa del productor. Antes bien, parecen centrarse en revisar para qué artista ha trabajado y qué éxitos ha podido comercializar. El capital cultural que el productor haya acumulado juega un papel relevante en la negociación, puesto que se considera que se puede traducir en una posibilidad de éxito económico. La mayoría de los pagos que se realizan son hechos en dólares; y, de no ser un artista económicamente independiente, la inversión inicial la hará la disquera. De esa inversión, la disquera o el administrador del artista espera, básicamente, tres cosas: el poder de decisión sobre la carrera del artista, recuperar la inversión a futuro y, generar usufructo. En voz de un Manager y gerente de programación:

Aunque ya hayan recuperado [la disquera]. Se siguen llevando porque la disquera sigue apoyando o aportando con mercadotecnia, con la publicidad, con la distribución de discos, la producción del disco. Sigue aportando con todas estas cosas. O sea, económicamente no tiene sentido que la compañía sólo recupere.<sup>36</sup>

Ahora bien, dentro de la disquera quien toma las decisiones de inversión hacia los artistas es el presidente o dueño de la compañía. En el caso de un administrador del artista, es éste quien toma las decisiones. Ambos, para designar un presupuesto para cada artista o agrupación, toman en

<sup>34</sup> Entrevistado 4, Dueño de estudio musical, 11 de febrero del 2020.

<sup>35</sup> Entrevistado 6, Manager/Gerente de Ventas, 9 de septiembre 2020.

<sup>36</sup> Entrevistado 2, Gerente de Programación, 29 de junio 2019.

cuenta factores como: el momento del artista, la cantidad de artistas que maneja la empresa o administrador, las inversiones que tiene proyectadas, y en general, la salud económica de la empresa. Ejemplo:

El CEO. Es el que dice: ‘este proyecto tanto, y tanto para ese, y tanto para ese, y tanto.’  
Entrevistador: ¿Pero de allí viene la vena económica?, no es que cada quien ponga un poquito de dinero.  
No. La vena económica es el presidente de la empresa. Es el que dice: ‘tanto del pastel va para esto.’  
Ahora, ¿de dónde viene la lana wey? Yo no le he preguntado, wey (risas)... Porque ponle tú, son 6 artistas, pero de esos 6 sólo 2 están en la gira ‘bien’. Los otros están como en desarrollo.<sup>37</sup>

Es en la cabeza de la compañía o en el administrador del proyecto donde recae la elección de a qué artista se le inyecta el flujo económico y, cuánto dinero debe administrársele. Sin embargo, el extracto, de forma involuntaria plantea la pregunta de la procedencia de ese dinero. Acorde a las entrevistas, una primera respuesta a esta incógnita es la empresa misma; es decir, la administración de presupuestos de ingresos y gastos. Complementario a esta primera respuesta, están los créditos que puedan pedir a instituciones bancarias. Sin embargo, los testimonios no terminan de evidenciar si las disqueras, productores o artistas, piden dinero prestado al banco.

Una segunda respuesta respecto a la procedencia del dinero, son las sociedades de inversión. Éstas, están enfocadas a que, una vez que se determina el proyecto y el momento en el que se necesita el dinero, se le inyecte el recurso al proceso de producción musical con el único objetivo de generar dividendos. Un gerente de programación lo ejemplifica en el siguiente extracto:

Te asocias con alguien para tener más inversión ya sea para un show, o para un disco, o para algo. Haz de cuenta que yo te digo: ‘oye tengo este artista, pero no tengo el suficiente dinero para invertirlo... ¿por qué no nos asociamos? le invertimos, lo hacemos crecer, y de sus ingresos, les quitamos un 70 por ciento, tú te quedas con 35 y yo con el otro 35, y él el resto.’<sup>38</sup>

Sobre esta respuesta, es necesario mencionar que los testimonios han señalado que prefieren asociarse antes que pedir dinero prestado al banco, puesto que los agentes no están dispuestos a pagar los intereses del préstamo al banco y, con ello, parte de la ganancia que pudieron haber obtenido. Una tercera respuesta respecto a la procedencia del recurso es la figura que en las entrevistas denominan padrinzgos. Esto es, una persona con los suficientes recursos económicos que inyecta dinero a toda la línea de producción musical del artista:

Por ejemplo (pausa larga de silencio) ... como tú dices, ¿de dónde puede salir una inversión? Muchos artistas traen padrino. ¿Qué es un padrino? Alguien con lana bien cabrón para invertir en gastos de, por ejemplo, en vivo en gastos de gira, de la banda. Son músicos, gastos de equipo, de luces, de gastos de vestuario, gastos de hotel, de comida, de renta del lugar, de todo. Cuando sale la música, ¿gastos de qué? pues del video musical, de la producción, y muchos de estos padrinos pues son una empresa nacional-transnacional. (risas) Con dudosa procedencia.<sup>39</sup>

<sup>37</sup> Entrevistado 1, Label Manager / A&R, 29 de junio 2019.

<sup>38</sup> Entrevistado 2, Gerente de Programación, 29 de junio 2019.

<sup>39</sup> Entrevistado 1, Label Manager / A&R, 29 de junio 2019.

Al igual que en otros estudios,<sup>40</sup> el testimonio infiere que la mayoría de esos padrinazgos proviene de células delictivas o personas asociadas al narcotráfico. En otras entrevistas, no se afirma explícitamente la relación entre artistas y organizaciones criminales. Antes bien, evaden la pregunta y dan la sensación de que afirmar que existen padrinazgos ya es jugar en la raya. En voz de un Label Manager:

Entrevistador: entonces, básicamente tú dices que en el regional funciona con padrinazgos.  
Algunos sí. Varios. Algunos, varios. No todos. Por ejemplo, no estoy seguro que acá. Por ejemplo, de dónde sale la inversión, puede ser presentar a un banco el proyecto 'bla bla bla', o a una cervecera, o ponemos nosotros el capital, vamos a darle.<sup>41</sup>

A pesar de esta evasiva a las preguntas respecto a las conexiones entre artistas y organizaciones criminales, algunos testimonios sí llegan a especificar las dos principales razones de porqué la figura de el padrino llega a convertirse en el mecenas de un artista: como agradecimiento por las atenciones hacia la agrupación musical o por el encargo de un corrido hecho a la medida de quien lo solicita y lo paga. Ejemplo:

Los narcocorridos se hacen básicamente por dos cosas; a diferencia de los corridos tradicionales que nacían, pues, ensalzando a algún personaje, a veces histórico, a veces de alguna zona. Aquí narcocorridos como tal, hay de dos sopas: una, o es agradecimiento, o es por encargo. Agradecimiento, ¿por qué? pues por un padrinazgo de literal, te dan el dinero para que tu grupo pueda funcionar. Y eso te hablo de equipos, te hablo de contratos, te hablo de imagen, te hablo de protección. Entonces, en agradecimiento te hago tu canción. Y, la otra es por encargo: 'oye, yo soy este cuate, quiero mi narcocorrido, no lo tengo'. Le pago a este grupo que es el que me gusta para que me lo haga.<sup>42</sup>

Para Simonett,<sup>43</sup> existe una distinción entre corridos comerciales y corridos por encargo. Estos últimos, parecen estar enfocados a un consumo acotado. Las canciones se difunden en presentaciones en vivo, clubes nocturnos o fiestas privadas. Algunos corridos, acaban siendo grabados de manera local para uso estrictamente personal del bienhechor. Aun así, señala la autora, estos corridos por encargo están incrustados en una red cultural más grande que responde a las necesidades de la industria musical. Por su parte, Yeh<sup>44</sup> señala que, en términos de capitalización de un producto, resulta borrosa la distinción entre corrido comercial y por encargo, ya que ambos se necesitan para la formación de un público masivo. Esto último, es lo que buscan los agentes de producción musical: un público que consuma narcocorridos sea por encargo, o sea porque se colaron al circuito comercial.

<sup>40</sup> Burgos Dávila, «“¡Que Truene La Tambora y Que Suene El Acordeón!": Composición, Difusión y Consumo Juvenil de Narcocorridos En Sinaloa.”», 205.

<sup>41</sup> Entrevistado 1, Label Manager / A&R, 29 de junio 2019.

<sup>42</sup> Entrevistado 5, Director Artístico/Programador Radio, 26 de febrero 2020.

<sup>43</sup> Helena Simonett, «Narcocorridos: An emerging micromusic of Nuevo L.A.», *Ethnomusicology: Journal of the Society for Ethnomusicology*, no. 45 (2001):45 315–337, DOI: 10.2307/852677.

<sup>44</sup> Rihan Yeh, «'La Calle Es Un Río': El Público de Los (Narco)Corridos Como 'El Pueblo.'», *Revista Colombiana de Antropología* 51, no. 1 (2015): 79–107, <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.b345e25305504aca8830c81d2aa22ab8&lang=es&site=eds-live>.

Una cuestión que queda clara, independientemente de la procedencia del recurso económico es: quien haga el mayor desembolso, es quien tiene el control de las negociaciones y posibles porcentajes de ganancias a futuro. La danza especulativa no está asentada sobre términos creativos o artísticos, sino sobre acuerdos de posibles porcentajes de ganancias. Claro, discuten términos artísticos, pero con fines económicos. Quien pone la mayor cantidad de dinero captura la ganancia. Lo cual, otorga el derecho a dividirla. De no llegar a un acuerdo, el proceso se anuda; tal y como lo evidencia el siguiente extracto:

En el caso acá, sacamos un disco a duetos con un artista. Y unos duetos cabrones, y ponle tú que se grabaron 11 duetos, y nada más salieron 6, porque con los otros 5 no se pudo llegar a un arreglo.

Entrevistador: Entonces, ¿no es una cuestión musical? ¿Es una cuestión de arreglos en la mesa?

¡Aja! Es de arreglos en la mesa, negociaciones entre disqueras. Porque tú y yo decimos ‘vámonos 50 y 50’. Tas pendejo, porque yo estoy pagando los tres mil [dólares] de la producción de la canción, y yo voy a pagar el video musical, y yo voy a pagar ponerla en la radio, ¿sabes?<sup>45</sup>

La inyección de flujo económico que interviene en todas las etapas de la línea de producción musical es lo que mantiene viva una canción. El entramado de la industria se tersa con la financiación para que los artistas y las canciones, puedan navegar por la red de producción musical y se trate de asegurar un éxito comercial. Otro claro ejemplo de este mecanismo que activa las danzas especulativas entre los agentes y que posibilita el proceso de producción, ocurre al momento de distribuir y pagar publicidad:

Entrevistador: Pero dicen, ‘viene fuerte’, ¿por la cuestión de dinero que le invierten en la cuestión de publicidad?

Sí, porque muchas veces es como que, pinche sencillo nalga (risas). Eso sí, pero a pesar de toda la inversión y de todo lo que se hace, si la canción no es buena, va a caer. Es como estos juegos que había antes de que estaba la bolita de hielo seco y estas soplando, si en un momento dejas de soplar se va a caer. Y hay canciones que son un pinche globo aerostático que ya traen fuego bien machín y no les tienes que invertir nada.<sup>46</sup>

Otro ejemplo que confirma el papel que juega la inyección de dinero se delinea en el siguiente testimonio, en el que la inversión económica, es la diferencia entre ser visto o no por el mercado meta sobresaturado de opciones. La inyección económica sirve, sencillamente, para ser visto:

Ahorita con la comunicación como la tenemos, o sea en redes sociales tenemos acceso a ver tantas personalidades diferentes: gente muy rara que llama la atención, y pues es raro, y porque tienen alguna particularidad que los hace resaltar más que otros, por más de que el otro tenga mejor voz, o mejor técnica, o mejor habilidad para tocar la guitarra. Entonces definitivamente sí, tiene mucho que ver la cantidad de gente. Bueno, no la cantidad de gente, pero la inversión que trae detrás un talento.<sup>47</sup>

Aunado a esta afirmación de que la inyección económica sirve en primera instancia para poder llamar la atención, vale la pena también indicar que este testimonio marca un par de matices. Primero, el dinero va acompañado de una habilidad técnica por parte del equipo que acompaña al artista para

<sup>45</sup> Entrevistado 1, Label Manager / A&R, 29 de junio 2019.

<sup>46</sup> Entrevistado 1, Label Manager / A&R, 29 de junio 2019.

<sup>47</sup> Entrevistado 2, Gerente de Programación, 29 de junio 2019.

poder posicionarlo. Y, segundo, no tienes que ser el artista más virtuoso para poder triunfar. Sólo tienes que ser, o parecer, diferente al resto del universo de opciones. En voz de un gerente de ventas y programación:

Por eso te digo que sí tiene que ver mucho la cantidad de dinero que trae atrás el talento. Porque tienes que, es que hay tanto, hay demasiada música, demasiado talento, y demasiada gente y personalidades, que tienes que de alguna manera recurrir a los recursos monetarios para hacerte ver. Se necesita todo ese dinero para notarte, para que la radio te toque, para que la tele hable de ti.<sup>48</sup>

### Conclusiones

El narcocorrido, desde las economías flexibles, es un producto con un sentido de fabricación emergente, ajustado al consumidor y pensado para un mercado meta específico.<sup>49</sup> En términos de volumen, producción y venta de una industria musical, los narcocorridos del Movimiento Alterado existen porque tienen como insumo principal la violencia del contexto de guerra entre el Estado Mexicano y los cárteles de la droga (2006-2018). La industria reconoció, etiquetó, empaquetó y convirtió episodios del conflicto en un negocio redituable. La referencia directa y explícita que hacían los narcocorridos a esos eventos y personajes era vital para el ensamblaje de la canción, puesto que la industria reconocía una realidad de interés y un público meta que los consumía.

Los narcocorridos del Movimiento Alterado no nacen orgánicamente de un contexto. Antes bien, la industria y las narrativas musicalizadas toman rasgos de ese contexto en donde la canción surge, pero lo atraviesan con una producción pensada y preconfigurada, para dirigirla a un mercado meta. Reconocer que una red económica-administrativa toma como insumo al recurso inagotable de la violencia en este periodo y lo convierte en producto, nos hace pensar en las dinámicas del proceso de producción musical del narcocorrido mismo. Este trabajo ejemplifica que la financiación del proceso de producción atraviesa transversalmente al narcocorrido. De no existir esta financiación en el proceso de producción, el narcocorrido compromete su materialización; además que, entorpece su entrada a los circuitos comerciales.

Del mismo modo, a partir del financiamiento del proceso de producción, la danza especulativa entre los agentes juega un papel preponderante al evidenciar que los procesos de producción son no especulativos y no lineales. Lo anterior, porque para que el narcocorrido pueda llegar a nuestros oídos, la industria no puede omitir o prescindir la secuencia lógica de producción. Cuando cualquier agente que participa en una de las etapas de producción musical especula con una parte del proceso y se adelanta a desarrollar una de las etapas, sin confirmar etapas previas o posteriores, se activa un sistema de producción que especula con la demanda sin tener una oferta.

Esta especulación tiene un efecto inmediato sobre la secuencia lógica de producción del narcocorrido. Al iniciar la producción en cualquier momento, en automático compacta y constriñe al resto de la secuencia. Por consiguiente, tiene que ejecutarse la misma secuencia lógica en menor cantidad de tiempo, acelerando los ritmos de producción. Esto último, resulta en una red de producción musical que busca producir corridos e inundar el circuito, para tener más probabilidad de éxito económico.

Finalmente, debido a la especulación, existe un traslape de funciones y nomenclaturas entre los agentes que participan en las distintas etapas de producción musical. Es decir, la división de tareas

<sup>48</sup> *Ibid.*

<sup>49</sup> David Harvey, *La Condición de La Posmodernidad: Investigación Sobre Los Orígenes Del Cambio Cultural* (Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2004), 170-171.

o especificaciones de puestos se concentra o se desparrama en distintas actividades, nomenclaturas y personas. Existe un descuadre entre la descripción de actividades y las nomenclaturas de los agentes, puesto que estos intentan capturar la mayor cantidad de nomenclaturas y actividades, con el fin de capturar una mayor utilidad. Considere aquí tantas permutaciones como nomenclaturas y descripciones de actividades existen.

Estos traslapes de funciones y nomenclaturas, evidencian una tensión económica y administrativa en cuanto a quién desembolsa y quién se lleva las utilidades sobre el porcentaje de dinero invertido. Un agente, entre más actividades y nomenclaturas acapare, asegura un potencial mayor de ganancias a futuro y un mayor poder de decisión administrativo sobre las agrupaciones o cantantes.

## Referencias

- Adorno, Theodor W., y J. M. Bernstein. *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Londres: Routledge Classics/Routledge, 2001. <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=cat00047a&AN=udlap.000325581&lang=es&site=eds-live>.
- Astorga, Luis. «Corridos de Traficantes y Censura». *Región y Sociedad*, no. 32 (2005): 145–165. <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.5a2b83c80c4250ab6ea85c18e99182&lang=es&site=eds-live>.
- Bennett, Tony, Frith, Simon, Grossberg, Larry, Shepherd, John, y Turner Graeme. *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*. London: Routledge, 1993.
- Burgos Dávila, César Jesús. *Mediación musical: Aproximación etnográfica al narcocorrido*. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2012. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/129901/cjbd1de1.pdf>
- . «Narcocorridos: Antecedentes de La Tradición Corridística y Del Narcotráfico En Mexico». *Studies in Latin American Popular Culture*, no. 31 (2013): 157–183. doi:10.7560/SLAPC3110.
- . «“¡Que Truene La Tambora y Que Suene El Acordeón!”: Composición, Difusión y Consumo Juvenil de Narcocorridos En Sinaloa.”». *TRANS: Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review* no. 20 (2016): 185–208. <https://search-ebSCOhost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=rft&AN=A1980914&lang=es&site=eds-live>.
- Burgos Dávila, César Jesús y Almonacid Buitrago, Julián Alveiro. «Composición de narcocorridos en tiempo real: construcción sociomusical del 17 de octubre, el culiacanazo». *Encartes*, no.8 (2021): 10-37. <https://doi.org/10.29340/en.v4n8.173>.
- Burgos Dávila, César Jesús, Simonett, Helena y Moreno Candil, David. «La censura al narcocorrido en México: análisis etnográfico de la controversia». En *Economías de la música norteña*, editado por José Juan Olvera Gudiño, 47-68. Ciudad de México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2021.
- Cano, Natalia. «¿Por qué generan controversia los corridos tumbados?». *billboard!*, (2023). <https://www.billboard.com/espanol/cultura-entretenimiento/corridos-tumbados-controversia-peso-pluma-natanael-cano-1235365781/>
- Hall, Stuart. *Encoding, Decoding. The Cultural Studies Reader*. Editado por Simon During. Londres: Routledge, 1999.
- Harvey, David. *La Condición de La Posmodernidad: Investigacion Sobre Los Orígenes Del Cambio Cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2004.

Kun, Josh. «“The Twiins: Mexican Music, Made in America” ». *The New York Times*, (2006). <http://www.nytimes.com/2006/05/14/arts/music/14kun.html?pagewanted=all>

Miserachi, Raquel. «La historia de los narcocorridos, el Twiins Music Group y el movimiento alterado». *Univisión*, (2016). <https://www.univision.com/musica/uforia-music-showcase/la-historia-de-los-narcocorridos-el-twiins-music-group-y-el-movimiento-alterado>.

Moreno Candil, David, Burgos Dávila, César Jesús y Valdez Batiz, Jairo. «Daño Social Y Cultura Del narcotráfico En México: Estudio De Representaciones Sociales En Sinaloa Y Michoacán». *Mitologías Hoy*, no. 14 (2016): 249-269. <https://raco.cat/index.php/mitologias/article/view/v14-moreno-burgos-valdez>.

Negus, Keith. *Music Genres and Corporate Cultures*. London: Routledge, 1999.

Pfohl, Hans-Christian y Gomm, Moritz. «Supply Chain Finance— Optimizing Financial Flows in Supply Chains». *Logistics Research*, no 1 (2009): 149-161. 10.1007/s12159-009-0020-y.

Potra, Sabina. «What Defines a Prosumer? An Insight in Participative Consumer Behaviour». *Proceedings of the European Conference on Management, Leadership & Governance*, (2017): 380–85. <https://search-ebshost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=122433101&lang=es&site=eds-live>.

Ramírez Paredes, Juan Rogelio. «Huellas Musicales de La Violencia: El ‘Movimiento Alterado’ En México.»» *Sociológica* 27, no. 77 (2012): 181–233. <https://search-ebshost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=86957640&lang=es&site=eds-live>.

Ramírez-Pimienta, Juan Carlos. «De torturaciones, balas y explosiones: Narcocultura, movimiento alterado e hiperrealismo en el sexenio de Felipe Calderón». *Contracorriente: Revista De Historia Social Y Literatura En América Latina*, no, 10 (3) (2013): 302-334.

Simonett, Helena. «Narcocorridos: An emerging micromusic of Nuevo L.A.». *Ethnomusicology: Journal of the Society for Ethnomusicology*, no. 45 (2001): 315–337. DOI: 10.2307/852677.

Yeh, Rihan. «‘La Calle Es Un Río’: El Público de Los (Narco)Corridos Como ‘El Pueblo.’». *Revista Colombiana de Antropología* 51, no. 1 (2015): 79–107. <https://search-ebshost-com.udlap.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.b345e25305504aca8830c81d2aa22ab8&lang=es&site=eds-live>.

Žižek, Slavoj. *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Argentina: Ediciones Paidós, 2008.

Silva Rodríguez, Jorge Aarón, and César Jesús Burgos Dávila. “‘Esto es un negocio’: dinámicas de producción musical de narcocorridos en la industria del Movimiento Alterado.” *Diagonal: An Ibero-American Music Review* 10, no. 1 (2025): 52–69.