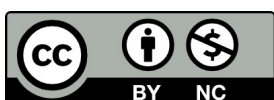


Jacob Collier y Bizarrap: dos casos de articulación entre conectividad y producción musical hogareña en YouTube

Matías Pragana

Revista Argentina de Musicología, Vol. 23 Nro. 2 (2022): 172-186

ISSN 1666-1060 (impresa) – ISSN 2618-3072 (en línea)



Los trabajos incluidos en esta revista se encuentran publicados bajo la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0

Jacob Collier y Bizarrap: dos casos de articulación entre conectividad y producción musical hogareña en YouTube

El presente trabajo aborda las estrategias de producción musical de Jacob Collier (multi-instrumentista, compositor, productor musical y *youtuber* inglés nacido en 1994) y Bizarrap (DJ, productor musical y compositor argentino nacido en 1998). Se destacan los aspectos que dan cuenta de la configuración de dispositivos de producción-difusión musical que se caracterizan por la combinación de técnicas hogareñas de interpretación, grabación, edición y mezcla de música con modos de difusión digital a través de la plataforma YouTube.

En la introducción se da cuenta del marco teórico-conceptual a partir del cual se lleva adelante el abordaje planteado. La segunda sección consiste en una descripción de las características propias de YouTube en cuanto escenario para el desarrollo de actividades vinculadas con la producción, la difusión y el consumo de música popular. A continuación, se presentan algunos datos biográficos y vinculados a la trayectoria de los productores musicales seleccionados, para luego analizar los contenidos disponibles en sus respectivos canales de YouTube. Por último, se ofrece el fruto de un trabajo comparativo y se plantean posibles líneas de trabajo que enriquezcan la indagación respecto de los modos de articulación entre las instancias de producción musical hogareña y difusión a través de plataformas digitales.

Palabras clave: Jacob Collier, Bizarrap, YouTube, producción y difusión musical.

Jacob Collier y Bizarrap: two cases of articulation between connectivity and homelike music production on YouTube

The following work carries out an approach to the music production strategies of both Jacob Collier (British multi-instrumentalist, composer, music producer and Youtuber born in 1994) and Bizarrap (argentine DJ, music producer and composer born in 1998). We highlight the aspects that show a configuration of music production-diffusion devices characterized by the combination of homelike techniques of music interpretation, recording, edition, and mixing with the utilization of the YouTube platform as a medium for public diffusion.

In the Introduction there is a reference to the theoretic background that is taken as a reference for this approach. The second section consists of a description of the characteristics of YouTube as a scenario for the development of activities linked to the production, diffusion and consumption of popular music. In the third section, biographical information about both producers is offered and the contents of their YouTube channels are described and commented. In the last section the results of a comparative work are offered and a few provisional conclusions are drawn, looking forward to guide upcoming inquiries regarding music production and diffusion through digital platforms.

Keywords: Jacob Collier, Bizarrap, YouTube, music production and diffusion.

Introducción: música mediatizada en la era de la conectividad

Dispositivos de producción-difusión musical

Dos aspectos que definen a la música popular son su mediatización y masividad.¹ Por lo tanto, el empleo de tecnologías y técnicas de grabación, difusión y reproducción musical constituyen los elementos comunes a sus distintas manifestaciones.² Los géneros musicales se diferencian en función de variables formales, semánticas, de conducta, ideológicas, jurídicas y comerciales que hacen a su producción, difusión y consumo.³ Las prácticas de las cuales los géneros musicales son correlato, surgen y se desarrollan en determinados contextos históricos y están condicionadas por la disponibilidad y el desarrollo de tres tipos de medios:

- Producción: saberes, técnicas, tecnologías, artefactos y agentes que intervienen en la composición, arreglos, interpretación, grabación, edición, mezcla y masterización.
- Difusión: saberes, técnicas, tecnologías, artefactos y agentes que garantizan el funcionamiento de los canales masivos de comunicación por los que se difunden las expresiones musicales y las prácticas asociadas a ellas.
- Consumo: artefactos tecnológicos a través de los cuales el oyente/consumidor accede a la música mediatizada.

El conjunto de medios disponibles en un marco espacio-temporal funciona como entorno para las actividades de producción, difusión y consumo musical. Los artistas de un género musical recurren a los elementos disponibles en el entorno en función de lo que será denominado estrategia de producción musical. Esta expresión señala el hecho de que los modos de producción musical son condicionados por los de difusión y consumo, y que estos últimos son asumidos *a priori* por los agentes que intervienen en la producción musical. La puesta en práctica de una estrategia de producción musical configura un dispositivo de producción/difusión musical que permite articular la instancia de producción con las instancias de difusión y consumo. En este trabajo se utiliza el concepto de “dispositivo”, tal como lo entiende Gilles Deleuze, para hacer

¹ Juan Pablo González Rodríguez, *Pensar la música desde América Latina. Problemas e interrogantes* (Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado, 2012).

² Paul Theberge, “Conectados: la tecnología y la música popular”, en *La otra historia del rock*, editado por S. Frith; W. Straw y J. Street (Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006), 21-25.

³ Franco Fabbri, “A Theory of Musical Genres: two applications”, en *Popular Music Perspective*, editado por D. Horn y P. Tagg (Göteborg y Exeter: IASPM, 1982), 52-81.

referencia a la existencia de regímenes de enunciación específicos en su historicidad que “hacen ver, hacen hablar”.⁴ Las obras artísticas requieren de una serie de condiciones materiales e inmateriales para su (re)producción y recepción, que funcionan como regímenes de enunciación. Los agentes, medios y artefactos que intervienen en la producción, difusión y consumo de la música popular configuran dispositivos que son el resultado de instancias de mediación y articulación tecno-estética que resultan determinantes para el uso social de la música mediatizada.

Cultura de la conectividad y plataformas de *streaming*

A lo largo de los últimos quince años, la disponibilidad de plataformas digitales produjo un tránsito de muchas actividades sociales, culturales y profesionales hacia el entorno virtual. El advenimiento de la *Web 2.0* a principios del siglo XXI dio lugar a una nueva infraestructura para la socialización *online* caracterizada por la conectividad. Como señala José Van Dijck, las plataformas digitales funcionan como un nuevo escenario en el que las personas organizan sus actividades cotidianas.⁵ La cultura de la conectividad facilitó el florecimiento de la economía digital, que se está volviendo hegemónica desde que “la plataforma emergió como un nuevo modelo de negocios, capaz de extraer y controlar una inmensa cantidad de datos, y con este cambio hemos visto el ascenso de grandes compañías monopólicas”.⁶

Néstor García Canclini señala que una de las consecuencias del advenimiento de la cultura de la conectividad es el pasaje de la lógica del consumo de bienes en lugares situados (asistir al teatro, al cine, a la disquería, etc.) a la lógica del acceso a contenidos a través de plataformas digitales.⁷ En el caso de la música asistimos a un movimiento similar que podemos reconocer como un pasaje de la “cultura del disco” a la “cultura del *streaming*”. Durante aproximadamente un siglo, la industria musical basaba su modelo de negocios en la mercantilización de música fijada en soportes físicos; en la actualidad la música funciona como *carnada* y los que resultan mercantilizados son los datos que las compañías obtienen de los trazos de la actividad de los usuarios en las plataformas. Las categorías que emergen en el entorno virtual para definirnos en cuanto sujetos, tienen una estrecha relación con la manera en la que nos vemos a nosotros mismos como oyentes y nos relacionamos con el mundo circundante. El comportamiento de los usuarios y los

⁴ Gilles Deleuze, *Michel Foucault, filósofo* (Barcelona: Gedisa, 1990).

⁵ Jose Van Dijck, *The culture of connectivity: a critical history of social media* (Nueva York: Oxford, 2013).

⁶ Nick Srnicek, *Capitalismo de Plataformas* (Buenos Aires: Caja Negra, 2018).

⁷ Néstor García Canclini, *Ciudadanos reemplazados por algoritmos* (México: Universidad de Guadalajara, 2019).

trazos de su actividad en las plataformas digitales constituyen una identidad virtual en constante construcción, pero las categorías que, en el nivel discursivo, funcionan como marco o condición de posibilidad para los procesos de identificación, son determinadas por corporaciones mediáticas. Los modos en los que las plataformas ven a sus usuarios están fuertemente influenciados por categorías definidas y solicitadas por marcas y agencias publicitarias que sostienen económicamente el funcionamiento de las mismas.

El impacto que tiene la digitalización del acceso a la cultura es de profundo alcance en las actividades relacionadas con la producción, difusión y consumo de música, ya que asistimos a una reconfiguración del tejido relacional en el que se apoyan las mismas. Como sostienen Alexandra Sandulescu Budea y Marco Antonio Juan de Dios Cuartas:

Los procesos de creación y producción discográfica actuales desvinculan al artista del organigrama jerarquizado de las compañías, hasta ahora vigente, pasando a formar parte de una pseudo-democratización derivada del impacto tecnológico sobre la grabación y su posterior distribución. La desaparición de los sobredimensionados estudios de grabación profesionales, el impacto del home studio, la repercusión del streaming en el consumo y los hábitos de escucha o la especial relación de la industria musical con las redes sociales son algunos de los retos a los que nos enfrentamos en la era post-digital.⁸

Ambientación comunicacional en YouTube

YouTube es un sitio *web* creado en 2005 que fue comprado en 2006 por Google y, rápidamente, devino la principal plataforma de distribución de contenidos audiovisuales a nivel global. Su diseño emula algunos rasgos discursivos del *broadcasting*, particularmente de la TV. Los usuarios crean cuentas denominadas “canales”, que los habilitan a acceder al contenido creado por otros usuarios, pero también a cargar contenidos propios.

La noción de ambientación comunicacional hace referencia a las características que asumen las plataformas digitales en cuanto escenarios virtuales para la vida social y por eso da cuenta de los entrelazamientos propios de la conectividad que constituyen la materialidad de las prácticas de escucha musical en la actualidad. La mediación entre humanos y artefactos da lugar a modos de crear y habitar mundos en los que la

⁸ Alexandra Sandulescu Budea y Marco Antonio Juan de Dios Cuarta, *Los nuevos métodos de producción y difusión musical de la era post-digital* (Zaragoza: Ediciones Egregius, 2018).

diferenciación socio-cultural ocurre en virtud de una ambientación digital. Estas articulaciones operan recortes en el consumo cultural, que acaban creando poéticas que incorporan la ambientación digital al modo en que se produce y escucha música. Es decir, que las características ambientales de YouTube promueven determinadas formas de escucha musical y, a su vez, formas específicas de producción de contenidos musicales.

La sonoridad se destaca como parte fundamental de los aspectos narrativos que configuran la escucha musical a través de la plataforma YouTube ya que los géneros y sub-géneros musicales funcionan como anclaje para la clasificación de la música disponible. Sin embargo, los aspectos situacionales en los que se enmarcan dichas formas de agencia acaban tornándose claves para las categorizaciones musicales actuales ya que con la proliferación de los *smarthphones* las empresas proveedoras de acceso digital a servicios obtienen datos respecto de la geolocalización y los hábitos de los usuarios. Los paisajes sensoriales asociados al consumo de música digital engloban diferentes modos de demarcación espacio-temporal que se asientan sobre diferencias de clase, género y raza, inscriptas en las posibilidades y modalidades de acceso.⁹

El término “prosumidor” resulta de la conjunción de los términos “productor” y “consumidor”.¹⁰ El mismo surgió para dar cuenta de cómo, en las plataformas y redes sociales, la interactividad entre usuarios y contenidos ubica a los primeros en roles de fruición y de producción alternativamente. Los creadores de contenidos en YouTube son denominados *youtubers*, independientemente de las características temáticas y del grado de profesionalización de su producción audiovisual. El servicio de YouTube está monetizado, lo cual quiere decir que, a partir de cierta cantidad de visualizaciones, los creadores de contenidos cobran regalías.

En el caso de la música los tres principales formatos de circulación en YouTube son el *feat* (videoclip de una colaboración entre artistas) y la *playlist* (una lista de reproducción consistente en videos musicales de uno o varios artistas). Los usuarios de la plataforma pueden suscribirse a otros canales e interactuar con los contenidos presentes en los mismos comentando y reaccionando, inclusive en las transmisiones en vivo. Esto genera una ambientación comunicacional altamente interactiva. En relación con la música, se dio una proliferación de cinco tipos de contenidos específicamente vinculados a YouTube:

⁹ Jeder Janotti Jr., *Gêneros musicais em ambientações digitais* (Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFMG, 2020.)

¹⁰ George Ritzer y Jurgenson, Nathan, “Production, Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital ‘Prosumer’”, *Journal of Consumer Culture* 10, nro. 1 (2010): 13-36.

- Canales oficiales de artistas o discográficas, que son utilizados para el lanzamiento y la promoción de música. Muchos artistas emergentes combinan métodos de producción musical hogareña con difusión a través de YouTube, una modalidad íntegramente digital en la que la música nunca es fijada en un soporte físico.
- Canales dedicados exclusivamente a la transmisión en directo de *playlists* o *performances* en vivo. Entre estos se destacan aquellos que ofrecen música funcional para acompañar determinadas actividades como el estudio, el trabajo, la relajación, etc.
- “Video-reacciones” en las que *youtubers* hacen reseñas o reaccionan a contenidos producidos por otros usuarios.
- Videos paródicos, *mashups*, *remixes* y otras prácticas basadas en la cita, la intertextualidad y la referencia.
- Entrevistas, tutoriales, clases y cursos de temáticas vinculadas a la interpretación musical, el análisis, los estudios históricos, la producción musical y otras prácticas afines a la música.

Los dos primeros tipos de contenido señalados están fuertemente vinculados con el rol desempeñado por la TV y la Radio en el dispositivo mediático del *broadcasting*, funcionando como anclaje para prácticas de producción y promoción de música similares a las desempeñadas por dichos medios en relación con el desarrollo de la industria discográfica a lo largo del siglo XX. En cambio, los siguientes tres tipos de contenido indicados dan cuenta de estrategias que se apoyan en una infraestructura comunicacional interactiva denominada por José Luis Fernández *networking*.¹¹

Dos casos de articulación entre *home-studio* y difusión por YouTube

Si bien los artistas seleccionados no producen música que pueda enmarcarse en un género, estilo o corriente estética similar, ambos emplean mayormente una modalidad de trabajo en la que las distintas etapas de producción musical (y audiovisual) son realizadas en *home-studios* para su posterior difusión a través de los canales oficiales de ambos productores en la plataforma YouTube.

¹¹ José Luis Fernández, “Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas”, en *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. (Buenos Aires: La Crujía, 2014).

Las siguientes subsecciones presentan datos biográficos de los artistas seleccionados, una breve descripción de sus canales de YouTube y un comentario respecto de las características de los contenidos más relevantes en cada uno de ellos.

Jacob Collier

Jacob Collier nació el 2 de agosto de 1994 en Londres, Inglaterra. Es un músico multinstrumentista y autodidacta, proveniente de una familia de intérpretes y docentes de música académica. En 2012, sus videos en pantalla dividida de canciones populares, como "Don't You Worry 'bout a Thing" de Stevie Wonder, comenzaron a hacerse virales en YouTube. En 2014, Collier firmó con la compañía de Quincy Jones. En 2016 lanzó su álbum debut, *In My Room*, que fue completamente autograbado, arreglado, interpretado y producido en la pequeña habitación trasera de la casa de su familia en Finchley, al norte de Londres.¹²

Su canal de YouTube cuenta con más de un millón de suscriptores. Al ingresar al mismo se encuentra la tapa de su último *single* como imagen de portada, una foto del artista y el nombre oficial del canal. Al igual que todos los canales en esta plataforma, exhibe seis solapas debajo de la foto de perfil: "Inicio", que es lo primero que aparece en pantalla a modo de interfaz de base; "Vídeos", que consta de todo el material audiovisual subido al canal en orden cronológico; "Listas", donde se exhiben las *playlists* creadas por el usuario; "Comunidad", donde el artista hace anuncios públicos e interactúa con los suscriptores de su canal; "Canales", correspondiente a los canales de los que Jacob Collier es suscriptor; por último, "Información", en la que se encuentran los datos biográficos del artista.¹³

En el "Inicio" del canal se exhiben las diferentes listas de reproducción creadas por Collier.¹⁴ La agrupación y el montaje de estas *playlists* son regulados por el administrador del canal. Los elementos que aparecen en la interfaz de inicio del canal son:

- La lista de reproducción correspondiente a la tercera parte de su último trabajo discográfico (*Djesse Vol.3*).

¹² "Jacob Collier". Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Jacob_Collier Último acceso: 15/07/2022.

¹³ "Jacob Collier". Disponible en: <https://www.youtube.com/user/jacobcolliermusic> Último acceso: 15/07/2022.

¹⁴ "Jacob Collier". Disponible en: <https://www.youtube.com/user/jacobcolliermusic/featured>. Último acceso: 15/07/2022.

- La correspondiente a los *videoclips* producidos con la participación de equipos profesionales de actores, bailarines, técnicos, maquilladores, vestuaristas, etc.
- Una *playlist* correspondiente a los primeros dos volúmenes de su último disco (*Djesse Vol. 1 y 2*).
- Una lista llamada “Live”, que contiene filmaciones de presentaciones en vivo.
- Una lista denominada “Logic Sessions Breakdowns”, que incluye tutoriales dictados por Collier en los que comparte con sus suscriptores los proyectos de grabación y mezcla de sus canciones, realizados con el DAW “Logic”.
- La *playlist* de su primer álbum (*In My Room*).
- Una lista de reproducción denominada “Multitrack Videos”, en la que se encuentran los videos a pantalla dividida con los que este productor alcanzó a audiencias masivas a partir del año 2012.
- Una lista dedicada a entrevistas y clases dictadas por Collier.
- Una lista perteneciente a su proyecto IHarmU, en el que armoniza grabaciones vocales realizadas por sus suscriptores.
- Una lista con contenido adicional compartido de otros canales.
- Una *playlist* que incluye todos los videos de menos de un minuto realizados por Collier para la aplicación “YouTube Shorts”.

La proliferación de listas de reproducción que exhibe el canal de Jacob Collier no es habitual y cabe destacar la cantidad de ítems dedicados a contenidos interactivos vinculados con la música. Más allá de las *playlists* correspondientes a los trabajos discográficos y las performances en vivo, este artista británico utiliza su canal de YouTube para ofrecer contenidos didácticos e, inclusive, para producir contenidos basándose en grabaciones enviadas por sus suscriptores.

Los contenidos que dieron a conocer públicamente el trabajo de Collier se ubican en la mencionada *playlist* llamada “Multitrack Videos”. Estos videos, al igual que su primer trabajo discográfico, fueron íntegramente producidos en su *home-studio* ubicado en una pequeña habitación en la parte trasera de la casa de su madre. Para estos videos el artista multifacético organiza su trabajo en etapas que incluyen la composición y los arreglos, la interpretación y grabación de cada una de las pistas instrumentales y vocales, la edición y mezcla de sonido, la filmación, el montaje y la edición de video. El formato que se repite en todos los videos de esta lista de reproducción es conocido como pantalla dividida y consiste en el montaje simultáneo de video de distintas filmaciones de una

misma persona interpretando las distintas pistas instrumentales y vocales de la canción; para que esto sea visible y comprensible, se divide el espacio de la pantalla proporcionalmente a la cantidad de fuentes sonoras presentes en la grabación.

Bizarrap

Gonzalo Julián Conde nació en 1998 en Ramos Mejía, provincia de Buenos Aires (Argentina). Es conocido artísticamente como Bizarrap (abreviado BZRP) y es un DJ, productor discográfico y compositor argentino. Sus inicios musicales se remontan al año 2017, cuando editaba, mezclaba y subía material de batallas de *freestyle* argentinas a la plataforma YouTube. Estos trabajos audiovisuales incrementaron su nivel de reconocimiento entre los músicos de la escena local de Rap, y terminó participando como productor de canciones de numerosos artistas argentinos del género. En 2018 lanzó las denominadas “Freestyle Sessions” junto a *freestylers* argentinos como Trueno, Sony, Kodigo, entre otros. En 2019 dio a conocer su primer “Music Session” con el artista argentino Bhavi; a partir de la que comenzó a consolidar una forma de trabajo colaborativa que desencadenaría una serie de sesiones con artistas locales e internacionales como Nicky Jam, Nicki Nicole, Trueno, Zaramay, Cazzu, Nathy Peluso, Duki, YSY A, Bejo, Don Patricio, L-Gante, Anuel AA, Kiddo Toto, Residente, Paulo Londra, Tiago PZK, entre otros.¹⁵

Su canal de YouTube cuenta con más de catorce millones de suscriptores y tiene una portada en la que se muestra una fotografía de BZRP en un escenario ante una multitud, dicha portada contiene un hipervínculo a las redes sociales del artista.¹⁶ Las solapas en las que se segmenta el canal son similares a las que fueron descritas en el canal de Collier (Inicio, Videos, Listas, Comunidad, Canales e Información). En la interfaz de “Inicio” se exhibe su último video publicado seguido por tres listas de reproducción: “Subidas”, que contiene la totalidad del material disponible en el canal del artista; “Videos populares”, desde donde se puede acceder a los contenidos de BZRP ordenados en virtud del número de visualizaciones recibidas; y “Bizarrap: The Remixes”, que es una lista de reproducción de *remixes* de música de otros artistas realizados por este productor.

En la solapa “Listas” se ubican tres listas de reproducción que reflejan las tres principales modalidades de trabajo de Bizarrap:

¹⁵ “Bizarrap”. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bizarrap> Último acceso: 15/07/2022.

¹⁶ “Bizarrap”. Disponible en: <https://www.youtube.com/c/Bizarrap/featured>. Último acceso: 15/07/2022.

- “BZRP Music Sessions” es una compilación de las sesiones de composición, grabación, filmación, edición y mezcla que Bizarrap realiza en su *home-studio* periódicamente en colaboración con distintos intérpretes, principalmente raperos y cantantes.
- “BZRP Freestyle Sessions” consta de sesiones de improvisación de Rap grabadas y filmadas en el estudio de Bizarrap.
- “Bizarrap: The Remixes”, que se repite respecto de la interfaz de Inicio.

Todos los contenidos producidos por Bizarrap se presentan en un formato de video filmado a tres cámaras fijas en el estudio hogareño del productor. Las tomas con las que se construye el montaje son *playbacks* enfocados en el colaborador de turno. En sus videos, Bizarrap aparece siempre de espalda a cámaras sentado frente a una computadora desde donde monitorea el supuesto proceso de grabación del que los espectadores somos testigos. Sin embargo, la parte más importante del trabajo de BZRP consiste en la creación de los acompañamientos instrumentales sobre los que interpretan e improvisan los artistas invitados. Esta labor es denominada *beatmaker*, en referencia a los términos ingleses “beat” (ritmo, pulso, base) y “maker” (hacedor, agente, creador). Para la composición de estas bases, Bizarrap emplea sencillamente tres elementos de *hardware* (una computadora, una interfaz de audio y un controlador MIDI) y los paquetes de *software* empleados para la grabación, edición, mezcla y masterización (DAW, *plug-ins*, programas de edición de audio, etc.).

Trabajo comparativo y futuras líneas de trabajo

Tabla 1. Similitudes y diferencias entre los dispositivos de producción-difusión

	Jacob Collier	Bizarrap
Estrategia de producción	- Trabajo en <i>home-studio</i>. - Interpretación, grabación, edición y mezcla de todas las partes instrumentales y vocales. Utilización del software Logic. - Realización de videoclips en formato de pantalla dividida.	- Trabajo en <i>home-studio</i>. - Producción musical a través de computadora, controlador MIDI y distintos <i>softwares</i> de audio. - Realización de videoclips en el estudio con cámara fija.
Tipo de contenidos ofrecidos en el canal de difusión en YouTube	- Listas de reproducción correspondientes a los álbumes producidos por el artista. - Tutoriales, clases y otro tipo de contenidos interactivos. - Videoclips de factura hogareña y profesional.	- Listas de reproducción correspondientes a las sesiones de grabación con artistas invitados. - Listas de reproducción correspondientes a las sesiones de improvisación con raperos. - Remixes.
Características de estilo/género musical	- Fuerte anclaje en el Jazz, la música coral popular, el funk y el pop. - Virtuosismo interpretativo y alta complejidad armónica.	- Fuerte anclaje en el rap y el hip-hop. - Sonoridades vinculadas a la música electrónica, el reguetón y otros géneros vinculados a las discotecas.

En la Tabla 1 se ofrece una comparación de algunos de los aspectos que fueron descriptos en la sección anterior de este artículo. Cabe destacar la similitud entre las estrategias de producción musical de ambos artistas, que se centran en la disponibilidad de tecnologías hogareñas de grabación, edición y mezcla de música. En cuanto al tipo de contenidos, se puede observar la variedad de contenidos ofrecidos en el canal de Jacob Collier y un mayor énfasis en la interacción con los suscriptores; mientras que el canal de Bizarrap cuenta únicamente con tres listas de reproducción y no publica contenidos interactivos que favorezcan la participación de los suscriptores. Por último, es fundamental resaltar las diferencias estilísticas que se pueden hallar entre la producción de ambos artistas; lo cual da cuenta que los dispositivos de producción-difusión no están confinados a un género o estilo musical determinado, si no que dan cuenta de formas de articulación tecno-estéticas que operan en un nivel de historicidad que excede las corrientes estéticas.

Futuras líneas de trabajo

El propósito de esta última sección es orientar reflexiones venideras respecto de las consecuencias que tiene la cultura de la conectividad en las prácticas de producción, difusión y consumo de música.

En primer lugar, los artistas seleccionados son menores de treinta años y eso los ubica como nativos digitales. Resultaría fructífero analizar los dispositivos de producción-difusión musical en casos de artistas cuya carrera haya comenzado en los circuitos vinculados a la industria musical tradicional anclada en prácticas de *broadcasting*.

En segundo lugar, las herramientas teóricas utilizadas para la redacción de este artículo combinan aportes de la socio-semiótica de las mediatizaciones, la sociología y los estudios de música popular, pero sería necesario el aporte de disciplinas vinculadas a la programación informática que permitan enriquecer el bagaje conceptual de esta línea de trabajo.

En tercer y último lugar, sería deseable completar las indagaciones llevadas adelante en este trabajo con entrevistas a los agentes en cuestión. Lamentablemente, los intentos de contactar con estos productores no dieron resultado y la mayor parte de los datos obtenidos respecto de sus estrategias de producción han sido tomados de entrevistas realizadas por terceros y de la observación detenida del contenido publicado en sus canales de YouTube.

Referencias bibliográficas

- Agamben, Giorgio. *Estancias: la palabra y el fantasma en la cultura occidental*. Valencia: Pre-Textos, 2009.
- Beer, David y Burrows, Roger. "Popular Culture, Digital Archives and the New Social Life of Data", *Theory, Culture & Society*, 30 nro. 4 (2013): 47-71.
- Cook, Nicholas. "Digital Technology and Cultural Practice". En *Cambridge Companion to Music and Digital Culture*, editado por Nicholas Cook. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2018.
- Deleuze, Gilles. *Michel Foucault, filósofo*. Barcelona: Gedisa, 1990.
- DiNucci, Darcy. "Fragmented Futures", *Print Magazine*, 53 nro. 4 (1999): 221-222.
- Fabbri, Franco. "A Theory of Musical Genres: two applications". En *Popular Music Perspective*, editado por D. Horn y P. Tagg, 52-81. Göteborg y Exeter: IASPM, 1982.
- Fernández, José Luis. "Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas". En: *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La Crujía, 2014.

- Frith, Simon. "Hacia una estética de la música popular". En *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología*, editado por Cruces et al., 413-435. Madrid: Trotta, 2001.
- Frith, Simon. "El género pone las reglas". En *Ritos de la interpretación. Sobre el valor de la música popular*, 145-180. Buenos Aires: Paidós, 2014.
- Foucault, Michel. *La arqueología del saber*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores, 1970.
- García Canclini, Néstor. *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2019.
- García Gutiérrez, Agustín. *Frentes digitales. Totalitarismo tecnológico y transcultura*. Salamanca: Comunicación social, ediciones y publicaciones, 2016.
- González Rodríguez, Juan Pablo. *Pensar la música desde América Latina. Problemas e interrogantes*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado, 2012.
- Janotti Jr., Jeder. *Gêneros musicais em ambientações digitais*. Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFGM, 2020.
- Janotti Jr., Jeder y Pereira de Sá, Simone. "Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital", *Galaxia* 21 (2019): 128-139.
- Juan de Dios Cuartas, Marco Antonio. "La producción musical como objeto de estudio musicológico: un acercamiento metodológico a su análisis", *Cuadernos de Etnomusicología* 8 (2016): 20-47.
- Labarca, Ulises. "Music streaming and its consequences within the dynamics of power, consumption and creation", *Teknocultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18 nro.1 (2020): 3-12.
- Lash, Scott. *Critique of Information*. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2002.
- Latour, Bruno. *Reassembling the social*. Londres: Oxford, 2005.
- Prey, Robert. "Nothing personal: algorithmic individuation on music streaming platforms", *Media, Culture & Society* 40 nro. 2 (2018): 1086-100.
- Law J., Ruppert, E. y Savage, M. "Digital Devices: Nine Theses", *CRESC Working* 86 (2010): 1-16.
- Lévy, Pierre. *Inteligencia Colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: CIP-NLM, 2004.
- Lins Ribeiro, Gustavo. "El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleísmo", *Desacato* 56 (2018): 16-33.
- Lorente, Patricio. *El conocimiento hereje. Una historia de Wikipedia*. Buenos Aires: Paidós, 2020.

- O'Riley, Timothy. "What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software Designers". Disponible en: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> Último acceso: 01/09/2022.
- Pereira de Sá, Simone. "Cultura digital, videoclipes e a consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica", *Revista Fronteiras* 21, nro. 2 (2019): 21-32.
- Ritzer, George y Jurgenson, Nathan. "Production, Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'", *Journal of Consumer Culture*, 10 nro. 1 (2010): 13-36.
- Sandulescu Budea, Alexandra y Marco Antonio Juan de Dios Cuarta, coordinadores. *Los nuevos métodos de producción y difusión musical de la era post-digital*. Zaragoza: Ediciones Egregius, 2018.
- Srnicek, Nick. *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.
- Théberge, Paul. "Conectados: la tecnología y la música popular". En: *La otra historia del rock*, editado por S. Frith; W. Straw y J. Street, 25-51. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006.
- Théberge, Paul. "The End of the World as We Know It: The Changing Role of the Studio in the Age of the Internet". En: *The Art of Record Production – An Introductory Reader for a New Academic Field*, editado por Frith, S. & Zagorski-Thomas, S., 77-90. Farnham, Surrey, UK: Ashgate, 2012.
- Traversa, Oscar. "Aproximaciones a la noción de dispositivo", *Signo y seña* 12 (2001): 231-247.
- Van Dijck, Jose. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Nueva York: Oxford University Press, 2013.