

Consumos Culturales Urbanos. El caso de la Tecnocumbia.

Alfredo Santillán y Jacques Ramírez.

Cita:

Alfredo Santillán y Jacques Ramírez (2004). *Consumos Culturales Urbanos. El caso de la Tecnocumbia*. *ICONOS*, 18, 44-52.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/jacques.ramirez/55>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/peqr/df4>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Consumos culturales urbanos:

el caso de la tecnocumbia en Quito*

Alfredo Santillán¹ y Jacques Ramírez²

Para Sara y los futuros ritmos...

Este artículo indaga el campo de la tecnocumbia desde una perspectiva antropológica analizando los vínculos entre la producción, circulación y consumo de este género musical. No se pretende abordar la tecnocumbia desde una perspectiva musicológica -aunque necesariamente se incluyen algunos elementos- sino que se trata de dar insumos para comprender un “fenómeno” que ha tenido gran aceptación en la región en los últimos tiempos.

En efecto, cada género musical en determinada época y contexto ha tenido su apogeo y ha logrado capturar a un sinnúmero de seguidores, la mayoría de éstos impulsados por los masivos medios de comunicación. Sin embargo, algunos géneros se han convertido

en mucho más que modas musicales y se han conformado grupos de seguidores alrededor de los diferentes géneros (heavy metal, punk, hip hop, entre otros). Estudios etnográficos³ que trabajan en esta línea indican de manera clara la radicalización de identidades fuertemente segmentadas, y donde el término “tribal” remite a las características propuestas por Maffesoli (1990) como propia de una sociedad posmoderna.

Si bien la formación de estas “tribus urbanas”⁴ ha captado la atención de ciertas acade-

Santillán, Alfredo y Jacques Ramírez, 2004, “Consumos culturales urbanos: el caso de la tecnocumbia en Quito”, en *ÍCONOS* No. 18, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 43-52.

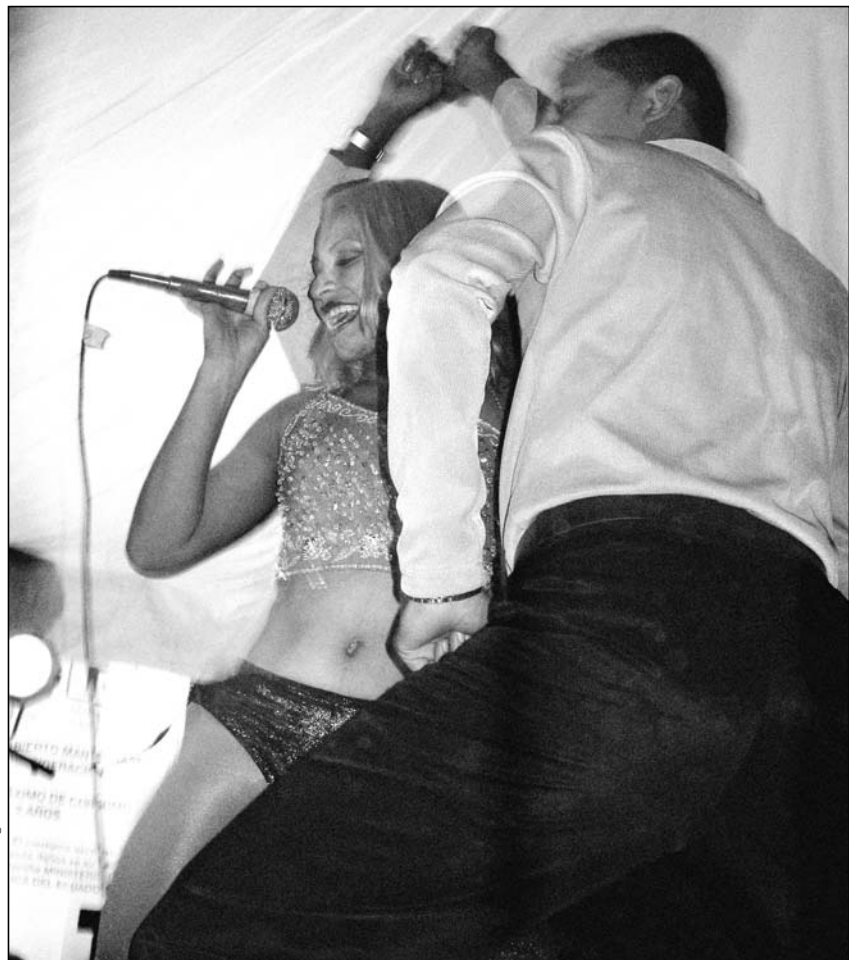
* El presente texto es producto de un estudio de más largo alcance realizado para el Museo de la Ciudad.

1 Sociólogo. Estudiante de la Maestría en Antropología de Flacso-Ecuador.

2 Antropólogo. Centro de Investigaciones CIUDAD. Estudiante de la Maestría en Comunicación de Flacso-Ecuador.

3 Ver Margulis, et. al (1998) o Alabarces (1996), entre otros.

4 El uso de este término es mucho más temprano en la antropológica francesa, en donde sirve para caracteri-



mias latinoamericanas, y pese a ser un espacio fundamental en el proceso de construcción de identidades urbanas en las últimas décadas -marcadas por los procesos de modernización y actualmente de globalización-, en nuestro medio no ha llegado a constituirse en un campo legítimo de análisis. De ahí que el propósito del presente texto sea abrir un campo de reflexión y estudio hacia objetos disímiles, socialmente pertinentes y poco tratados dentro de la academia ecuatoriana, como es el caso de la tecnocumbia⁵. Pasaremos revista a los orígenes y regionalización de esta música y concretamente trataremos de indagar por qué este género ha logrado impactar en el ámbito local constituyéndose en un consumo cultural -popular y masivo-.

Factores multicausales han hecho que este género tenga gran aceptación en el público, entre los que enumeramos: el aspecto musical, visual, artístico, el contenido de las letras y el mercado (cada día más radios no solo de AM sino de FM y canales de TV impulsan esta música, la producción masiva de discos, cassetes -gracias también a la piratería- y la realización semanal de conciertos).

¿Qué es la tecnocumbia? Orígenes y regionalización

Es necesario precisar que el término “tecnocumbia” es una fusión de membrete de los géneros *cumbia* (baile y ritmo de la costa atlántica de Colombia) y el *tecno* (corriente musical de inicio de los 70 que se caracteriza por los instrumentos electrónicos y ritmos secuenciados). En términos musicales no constituye una fusión entre ambos sino que se utiliza la palabra para señalar un ritmo que incita al baile mediante la utilización intensiva de

lo electrónico. Dentro del campo de la música popular es visto como síntoma de “modernización” de lo tradicional, de su acoplamiento a las “sonoridades” actuales. Sin embargo, es importante mencionar el hecho de que tanto la cumbia como el tecno son músicas que incitan al baile, y de ahí se puede entender su asociación.

La tecnocumbia no es un género musical del todo homogéneo. Existen diferentes formatos en torno a la instrumentación y, sobre todo, a los arreglos musicales, pero es la base rítmica la que de alguna forma define el agrupamiento de las canciones compuestas bajo este formato. Es decir, es sobre los cimientos de la cumbia clásica más la incorporación de instrumentos como el sintetizador, tumba y batería electrónicas, de donde surge este híbrido conocido actualmente como tecnocumbia. Además, este género se ha apoyado en otros ritmos de la región para su masificación y aceptación.

Así, la tecnocumbia ha tenido gran aceptación en todo el continente. Desde México hasta Argentina, esta música ha logrado introducirse y fusionarse con otros géneros propios de la región como el tex-mex (algunos plantean que la fusión de la cumbia con este género dio origen a la tecnocumbia), la música chicha, la música rocolera, entre otros.

La tecnocumbia es un “fenómeno”⁶ que está enmarcado principalmente en una estética de las clases populares. Tal estética se caracteriza por presentar en el escenario un show en vivo con baile incluido, en donde los y las artistas se presentan acompañados/acompañadas de coreografías -realizadas sobre todo por mujeres- basadas en el uso de un vestuario predeterminado que posibilita la exaltación de ciertos atributos corporales. Muchos de estos artistas se han convertido en verdaderos “ídolos populares”, como el caso de María

zar la formación de agrupaciones ligadas sobre todo a la música y al deporte.

5 Es sólo a partir del Proyecto inconcluso “Divas de la Tecnocumbia”, realizado parcialmente en agosto de 2003, que los intelectuales y académicos se han puesto a reflexionar sobre el tema. Al respecto ver Ramírez (2003).

6 El término “fenómeno” conlleva la idea de un hecho aislado o coyuntural y, como analizaremos más adelante, la tecnocumbia responde a un proceso de negociaciones culturales de mayor alcance que se asienta en el espacio de producción y consumo musical que desarrolló la música rocolera desde los años 70.



La producción de tecnocumbia se basa en una innovación por imitación. Se incorporan elementos de otros mercados que han tenido éxito en aceptación y se recicla canciones conocidas que son arregladas en versión tecnocumbia y que originalmente fueron compuestas como baladas, tonadas, albazos, huaynos, sanjuanitos, etc.

de los Ángeles, Widinson, Hipatia Balseca, Azucena Aymara, entre otros.

De la investigación realizada sabemos que la tecnocumbia en el Ecuador tendría sus orígenes en los primeros cambios en el formato musical de los géneros considerados típicamente ecuatorianos como el albazo, el sanjuanito y sobre todo la bomba proveniente del Valle del Chota (que en sí es una música sincrética entre la música andina y el aporte musical africano de los pobladores de dicho Valle), y que fueron recogidos por cantantes populares muy vinculados al estilo propiamente rocolero.

De esta forma, dentro del show de los festivales rocoleros, los artistas recurrían frecuentemente a estas “canciones más alegres” que los clásicos vales, pasillos y boleros, característicos de la música rocolera, para “hacer bailar” al público, lo que tenía gran acogida entre los asistentes y le daba al espectáculo mayor atractivo como espacio que se prestaba también para el baile y la fiesta⁷. Como señala Ibarra (1998), los festivales rocoleros brindaban un espacio de catarsis al lograr la participación del público no sólo como oyente pasivo sino también como “bailador”, y se convirtieron en un espectáculo “familiar” al convocar la presencia de mujeres y niños de todas las edades.

En la década de los noventa, el mercado de música ecuatoriana en versiones más “alegres” se había desarrollado ampliamente. Este

desarrollo se produjo gracias al éxito de los conciertos con tinte bailable y a la influencia de la música popular peruana en los medios de comunicación locales, especialmente de la música chicha⁸ que mostraba la aceptación masiva de la combinación del formato de música tropical con el carácter andino del huayno, pero que a su vez adquiría un estigma social al ser asociada con el consumo de alcohol. La música chicha alcanzó gran popularidad y aceptación en todos los estratos sociales como expresión de cultura urbana en Lima y, a finales de la década pasada, tuvo importantes innovaciones en cuanto a su presentación en escenarios: se incluyeron una serie de elementos “extramusicales” como los vestuarios y el manejo de la sensualidad de las cantantes, el uso de bailarinas que dan mayor presencia al show hasta llegar a suplantar a los músicos en vivo, de tal forma que la música se interpreta casi exclusivamente con pistas pregrabadas.

Estas características musicales y extramusicales han definido lo que hoy se conoce como tecnocumbia. Claro está que en este proceso se han incorporado nuevas fusiones que responden a una diversidad de impulsos como la necesidad de buscar la “novedad” para abrir mercados o la adaptación de los elementos “importados” a las músicas más locales. De ahí que algunas personas vinculadas a la producción de tecnocumbia hablan de importantes variaciones como la “tecno chicha” o el “tecno san juan”. Dichas fusiones señalan que la tecnocumbia ha generado un intercambio de flujos translocales en el cual el in-

7 De estos primeros arreglos surgen canciones emblemáticas como “El Carpuela”, o “Pasito Tun tun”. Es en este momento en donde aparece el estilo innovador de incluir al formato de canciones ‘tradicionales’ arreglos musicales que incluían un refuerzo percusivo en los sintetizadores junto al acompañamiento de instrumentos de géneros tropicales como el guiro de metal.

8 Para un análisis detallado de la música chicha y la tecnocumbia en Perú ver: Bailón (2003) y Quispe (2002).

grediente esencial y común de todos es el baile. Montiel (2003), al hablar de los caminos laberínticos de la cultura popular en relación con esta música, plantea que existen equivalentes en toda la región: la cachaca en Paraguay, la bailanta en Argentina, la chicha en el Perú, la cumbia andina en Bolivia y la cumbia norteña de México, en las cuales se incorpora ciertos códigos de la modernidad al utilizar instrumentos electrónicos. Así, al regionalizarse esta música, las influencias melódicas no son unidireccionales, sino que proviene de varias vías (caribeña, ecuatoriana, andina, etc.), pero con arreglos locales.

Lo importante de este proceso es que perfila la manera en que se dinamiza la producción actual de tecnocumbia en el Ecuador. Esta producción se basa en una innovación por imitación. Por un lado, la innovación adopta la fórmula de incorporar elementos de otros mercados -sobre todo fronterizos- que han tenido éxito en aceptación con sus públicos y, por otro lado, recicla constantemente canciones conocidas que son arregladas en versión tecnocumbia y que originalmente fueron compuestas en géneros muy distintos tales como baladas, tonadas, albazos, huaynos, san juanitos, etc.,. Como señala Hipatia Balseca:

“Yo empecé cantando Yaravíes, que es muy complejo porque se requiere de altos y bajos. Después empezaron las fusiones. Tomamos temas peruanos y ellos temas nuestros, pero a su manera. Escogimos unos huaynos peruanos pero con arreglos locales... Uno de estos fue “Veneno para olvidarte” que salió en el primer CD. Es todo un éxito, la gente lo pide siempre en los conciertos y hay que repetirlo, pero también tenemos temas inéditos”

El “fenómeno” tecnocumbiero como consumo cultural

Entendemos la noción de consumo cultural como una práctica socialmente condicionada en la que los individuos actúan selectivamen-

te al apropiarse y “hacer suyos” determinados bienes y prácticas, dándoles usos y sentidos sociales locales. Así, el consumo va más allá de la satisfacción de necesidades que puedan generar la utilidad pragmática de los objetos consumidos. A través del consumo se accede a distintos niveles de status; es decir, el consumo se convierte en una práctica social que determina la pertenencia de los individuos a determinados grupos, clases, o subclases sociales, y es por tanto una forma de distinción.

Esta entrada, desarrollada por Bourdieu y retomada en el contexto latinoamericano por autores como Canclini, Sunkel, Mato, entre otros, permite hacer una “sociología del consumo cultural” a partir de las formas de apropiación de los bienes culturales, en el cual no sólo es valioso el objeto como tal, sino también y sobre todo el dónde -espacios- y cómo -formas- se consume. Es a partir de estas características específicas que el consumo funciona como principio de pertenencia.

Para entender estos planteamientos desde el objeto de la tecnocumbia, y ver la forma en que responde a una estética “popular” en contraposición frente a la estética “cultura”, pero que a su vez incorpora y adapta las formas de tecnificación de las industrias culturales dominantes, es necesario situar a la tecnocumbia en un marco de producción, circulación y consumo más amplio: el campo de la música rocolera. Tomamos la idea de “campo” de Bourdieu como un espacio o red en el que se desenvuelven las relaciones sociales y en donde los individuos actúan de acuerdo a su ubicación en dicho campo.

Así, el circuito de relaciones entre actores del movimiento de la tecnocumbia tales como públicos, artistas, productores, locutores de radio y televisión, e instituciones como son las empresas y medios de comunicación que difunden este género, permite ver el marco en el que estas relaciones se integran, ya que lejos de funcionar como relaciones aisladas se entrecruzan al interior del espacio de producción musical previamente construido por la música rocolera. Y es que la música rocolera, en los últimos treinta años, ha creado

formas de consumo sobre las cuales el “boom” de la tecnocumbia se ha asentado. No extraña, entonces, que el formato de espectáculo de la tecnocumbia responda en gran medida a las formas de interacción entre artistas, públicos, y productores que la música rocolera ha consolidado con anterioridad.⁹

En tal medida, nos alejamos de miradas evolucionistas que señalan el desplazamiento de un género musical sobre otro y, por el contrario, entendemos a estos dos -la música rocolera en su formato tradicional y la tecnocumbia como innovación- como parte del mismo circuito. Existen ciertas arenas significativas donde tal articulación (semejanzas y diferencias) se hace visible, aunque se trata de un registro sin duda caprichoso, los enumeramos a continuación:

a) Espacios y sabores de la tecnocumbia

El consumo de la tecnocumbia se puede dividir en tres esferas: circuitos masivos, circuito barrial y circuitos cerrados. Los *circuitos masivos* son eventos de gran alcance en cuanto público y cartelera artística. Por lo general, se presentan en promedio entre diez y quince artistas, se desarrollan en lugares como el Coliseo Julio Cesar Hidalgo, el Coliseo Rumiñahui, el Ágora de la Casa de la Cultura, y hay una asistencia mayor a 2000 personas.

Los *circuitos barriales* se realizan en lugares públicos como coliseos, plazas, canchas deportivas de diferentes zonas de la ciudad. Se presenta una cartelera de tres a cinco artistas con una asistencia entre 400 y 1500 personas, la mayoría perteneciente al barrio donde se realiza el espectáculo. Si bien estos eventos no son publicitados con mucha fuerza por los medios de comunicación, resultan fundamentales para la difusión de la tecnocumbia en la medida en que son de las pocas ofertas artísticas que llegan a los diferentes barrios: es un espectáculo que se inserta en el espacio cotidiano de las personas y que, de esta forma, produce y reproduce la interacción entre artistas y públicos en un lugar cercano y familiar.

Un nuevo sitio donde se desarrollan estos conciertos son los denominados *circuitos cerrados* o discotecas, espacios de consumo exclusivo en la medida en que la infraestructura de estos lugares cubre una capacidad no mayor a las 200 personas. El atractivo de estos lugares es la combinación entre las mezclas musicales de los disco-móviles y la actuación en vivo de dos o tres cantantes, que justamente son los interpretes de muchas de las canciones que los “discjockey” utilizan en sus mezclas.

Por lo general, a estos espectáculos asisten personas de diferentes edades y ambos sexos para quienes las motivaciones principales para asistir a estos eventos son la música, el baile, los/las artistas y el consumo de alcohol (lo que denominan como “el ambiente” que se desarrolla en estos lugares). Algunas frases dadas por los asistentes a estos lugares dan cuenta de lo anotado:

“La tecnocumbia me gusta más que cualquier ritmo, sobre todo por el baile, la música y el ambiente que se arma”; “...me gusta poder tomar, ahí se arma un buen ambiente”

En cualquiera de los formatos señalados anteriormente, estos conciertos son espacios con una oferta musical variada. Es decir, no son lugares exclusivos donde se escucha música tecnocumbiera, sino que comparten escena varios artistas de distintos géneros (música rocolera, vallenato, alguna orquesta, entre otros).

b) Letras de canciones, género y el uso del espacio público

De los pocos trabajos periodísticos e interpretativos¹⁰ que se han escrito sobre este tema, la mayoría han señalado a las letras de las canciones como un factor nodal para explicar el fuerte impacto que esta música ha tenido -mayormente en las esferas populares-. Tratar

9 Sobre esta articulación ver Santillán (2002).

10 Ver los de Salgado (1998), Michelena (1999), Ibarra (1988) y los diferentes reportajes que han salido en EL Comercio, Tintaji y Opción.

temas amorosos –sobre todo decepciones e infidelidades- ha sido una constante dentro del campo rocolero. Esta estrategia ha tenido mucha eficacia y más aún al asociar estos temas con el consumo de alcohol. Varias letras señalan esta relación: “... tomo de esta botella trago que me envenena, yo tomo para olvidar...”; “..si soy un borracho, si soy un perdido, si soy un mujeriego, mi vida a nadie le importa ni el camino que llevo”; “...quiero tomar cerveza para pasar este dolor...”; “entre licor y licor conocí tu nombre”, etc.

Si bien estas temáticas también son tratados por la tecnocumbia (y por casi todos los géneros musicales, desde el tango hasta el rock), existen otros aspectos que se han redireccionado en la tecnocumbia tales como la desestructuración de la pareja y la familia por motivos de la migración o las relaciones entre hombres y mujeres dentro de la esfera pública. Con relación al primero, el problema de la migración, que se ha acentuado en el Ecuador en los últimos años a raíz de la crisis económica y política, ha consolidado redes hacia el exterior, dando paso a la formación de familias translocales. Esta problemática ha sido abordada por la tecnocumbia de una forma específica a partir de la creación de canciones que tratan de manera directa el tema de la migración y desmembramiento familiar:

“Por Internet todo mi cariño te lo mandaré, por Internet un millón de besos te los mandaré.

Que te llegue a cualquier parte del mundo, a España, a Europa, a Nueva York...”

(Azucena Aymara)

Y también se ha tratado este tema a partir de la resignificación que el público ha hecho de temas anteriores. Es decir, las canciones que anteriormente daban a entender la separación de las parejas o la soledad de uno de ellos por motivos de traición o fin de la relación, hoy se las entiende como producto del vacío que han dejado uno de ellos por tener que migrar al exterior, como señalaron algunos entrevistados:

“Me gusta ‘Inmigrante latino’ porque toda mi familia está lejos... ‘Sufro al no tenerte’... esta canción también me recuerda porque mi esposo está en España...”¹¹.

Este cambio nos daría ciertas pistas para entender el éxito que ha tenido la tecnocumbia en los últimos años, lo cual ha posibilitado incluso que algunos artistas viajen a Europa y Estados Unidos a realizar conciertos, sobre todo, en los lugares donde las colonias latinas son numerosas. Así, los artistas son una especie de puente entre el lugar de origen y el país en el cual actualmente residen, convirtiéndose en un vínculo entre migrantes y familiares.

Por otro lado, al analizar las relaciones entre géneros en la esfera pública encontramos que en la actualidad la mayoría de cantantes de tecnocumbia son mujeres. Al introducir en el espectáculo el baile y la coreografía, la presencia de artistas femeninas proliferó en la última década, no sólo como cantantes sino también como bailarinas. Este factor nos ha-



Grupo Tierra Canela. Foto: Gonzalo Vargas

11 Es común escuchar en los conciertos frases introductorias antes de las canciones en los cuales se recuerda a los familiares y amigos migrantes que están “lejos de mi patria...”. Es un momento en el cual los sentimientos afloran: llantos, abrazos, gritos y brindis por los ausentes se escuchan en los graderíos. Incluso los más tecnificados utilizan sus celulares para comunicarse con los que no están (diario de campo).

ce pensar que el incremento de artistas del sexo femenino ha producido una mayor visibilidad de las mujeres dentro del espacio público del campo rocolero, ya sea en el escenario así como en el público que consume esta música, la misma que en años atrás se escuchaba sobre todo en las cantinas, lugares de dominio masculino.

Pero no es sólo por su presencia física dentro del escenario lo que nos invita a plantear su mayor visibilidad, sino, y sobre todo, por convertirse en personajes públicos capaces de utilizar la tarima –y apoderarse del micrófono– para hablar desde el punto de vista de las mujeres. En efecto, es muy común escuchar frases como: “donde están las mujeres”, “donde están las que mandamos”, “donde están las mujeres que toman”, etc., a lo que en general el público femenino aplaude y grita en señal de aprobación.

Claro está que en este juego de relaciones y tensiones el tema del poder debería ser analizado con mayor detenimiento. De todos modos se puede afirmar que si bien ha existido una mayor visibilización de las mujeres, todavía la balanza dentro de este campo se inclina para el lado masculino. Sin embargo, es necesario aclarar que los conciertos o festivales tecnocumbieros no constituyen espacios de confrontación entre ambos sexos; las frases dichas por cantantes o animadores se utilizan como parte del *show* y se enmarcan dentro de la interacción del concierto a partir de lo cotidiano. De ahí que siempre se recurre a este tipo de frases como también a la confrontación de gente de acuerdo al equipo de fútbol de su predilección, a la provincia de nacimiento y/o barrio de residencia.

c) Los artistas como representantes de la música nacional y popular

La legitimidad de la tecnocumbia se construye a partir del discurso propio de la música rocolera al combinar las representaciones de lo popular y lo nacional. Así, la tecnocumbia mantiene el discurso rocolero de asumirse como música que expresa los sentimientos y las

vivencias del pueblo al tratar temas como los conflictos de pareja o la migración señalados anteriormente. Pero sobre todo existe una valoración muy fuerte sobre el origen del artista. El público no ve en el cantante una persona lejana o distante, sino alguien que pertenece a la misma clase social y por eso valoran el hecho que haya salido del “pueblo”:

“las personas que cantan esta música son del mismo medio económico que el pueblo”; “se iniciaron aquí, no son añados”; “expresan los sentimientos de la gente, de los desplazados, saben de nuestras vivencias”; “nacieron pobres y salieron adelante, no nacieron en cuna de oro”.

De igual manera, se pone de manifiesto la representación de “lo nacional”, aunque ésta se construye ya no tanto en relación con la valorización de la música “propia del Ecuador” y al rescate de la “ecuatorianidad” desde sus raíces musicales, sino a la importancia de que estos artistas “sean ecuatorianos” y por lo tanto merecen el elogio del público por el apoyo que se debe dar a todo representante nacional, en este caso los artistas. De esta forma, la tecnocumbia adquiere importancia como música ecuatoriana no por ser originaria del Ecuador sino por ser interpretada por cantantes ecuatorianos, quienes aportan con los contenidos locales para corroborar su definición como artistas ecuatorianos. Es en este sentido que la gente asume la tecnocumbia como música ecuatoriana. Este aspecto es de gran importancia porque, como señala Bailón(2003), la tecnocumbia ha demostrado su vitalidad y fuerza para competir con productos patrocinados por las grandes transnacionales de la música¹².

Cabría aquí señalar que mucha de la producción de relatos nacionalistas, de procesos y discursos de construcción nacional, se dan por fuera de las esferas o espacios convencionales (la tradición, la razón de Estado, la alta

12 En todos los países latinoamericanos, salvo Venezuela, entre el 50% y el 65% del público escucha músicas nacionales (cfr. Canclini, 2002).



Es necesario situar a la tecnocumbia en un marco de producción, circulación y consumo más amplio: el campo de la música rocolera. Atraviesan este campo unos temas comunes reflejados en las letras de canciones, unos espacios y formas de consumo propios y una legitimación que apela a lo popular y lo nacional.

cultura, etc.). Este es el caso de la música popular nacional. En este sentido, entendemos la música nacional como un artefacto cultural que forma parte de los diversos elementos con que se propicia y estimula la afirmación de las identidades nacionales y la pertenencia a ella (como también lo son el cine, el deporte, la comida, entre otros).

Esta combinación de lo nacional-popular se expresa en el discurso de los artistas para legitimar su oferta cultural -y acceder a mercados internacionales sobre todo donde hay colonias de ecuatorianos y latinos-. También constituye otro de los elementos claves que explicaría el gusto que está detrás del consumo de la tecnocumbia, en el que se apela al valor simbólico de consumir “lo propio” en la medida en que los artistas “por ser ecuatorianos” son representantes del sentir y de las vivencias de la gente y por lo tanto su música es vista como legítima expresión de las condiciones de vida del pueblo.

“...sí, porque así demostramos que los ecuatorianos hacemos muy buena música. Nos hacen quedar bien internacionalmente”;
 “Prefiero los artistas exclusivamente ecuatorianos, primero hay que valorizar lo nuestro”;
 “Si porque así apoyamos a nuestros artistas y nos damos a conocer por los otros países”;
 “Ellos conocen lo que somos y lo que nos duele”.

Este discurso de la valoración y reivindicación de lo nacional-popular aparece en todos los actores del campo. Es utilizado tanto por artistas y productores como por locutores de radio, presentadores de televisión, empresarios, animadores de conciertos y público en general. Por tanto, al atravesar el campo de la música rocolera, atraviesa también a la tecno-

cumbia, y es un elemento fundamental sobre el cual esta oferta cultural genera la interacción y aceptación del público, convirtiendo a los artistas en verdaderos “ídolos populares”.

A manera de cierre

La tecnocumbia puede entenderse como una innovación dentro del campo de la música rocolera, en la que se conservan muchos de sus rasgos característicos, pero que también conlleva elementos nuevos como el show en vivo y el baile en base a coreografías y a un vestuario predeterminado que posibilita la exaltación de ciertos atributos corporales. Estos nuevos elementos que se han incorporado si bien son importantes dentro del espectáculo, no constituyen factores esenciales para consumir este género musical. Factores como la voz, la forma de cantar, el sentimiento en el escenario, las letras de las canciones y las formas de relacionarse con el público -lo que definimos como “talento artístico”- fueron los elementos más rescatados por los entrevistados.

Por otro lado, la tecnocumbia ha logrado insertarse dentro de un circuito de difusión massmediático más amplio que la música rocolera, lo cual también explica el auge y el consumo masivo de este género. En efecto, mucha de esta música se inserta en circuitos antes vedados a los artistas populares como la frecuencia modulada (FM) y la televisión abierta¹³ con la presentación de vídeo clips de varios artistas.

13 La llegada a la pantalla de “10/10” conducido por Luis Ernesto Terán (programa que tiene dieciocho años de existencia; los últimos ocho ha estado en la TV) ha hecho más visible a este género ya sea para aceptarlo o rechazarlo como bien señala el animador: “Hoy nos miran todos, desde el humilde lustrabotas o el vendedor de periódicos hasta el político o el general más encoquetado” (cfr. Tintají, 2002).

Esto muestra no sólo las innovaciones de forma en la producción artística sino que conlleva la adopción de nuevas lógicas de producción cultural. En estas nuevas lógicas aparecen elementos que dinamizan la producción cultural de las industrias transnacionales de artistas (principalmente México y Colombia) como el consumo intensamente renovado, una creciente alternabilidad de los/las cantantes como “estrellas del momento” y la tecnificación de la producción musical (destaca el manejo de estrategias de marketing para masificar el consumo).

De esta forma, los productores y artistas de tecnocumbia –a diferencia de la mayoría de los artistas rocoleros- manejan un concepto de profesionalización basado en la especialización del trabajo artístico: compositores, intérpretes, productores, publicistas¹⁴, etc. Esta especialización demuestra la forma en que lo masivo atraviesa a lo popular, en la medida en que se utilizan formas probadas que garanticen la aceptación del público y que lleva a los y las cantantes de tecnocumbia a ser ídolos populares más “fabricados” que los tradicionales ídolos rocoleros.

Sin embargo, la incorporación de las lógicas de producción cultural, que caracterizan a los circuitos hegemónicos de producción artística, se adapta a los valores y prácticas propias del campo rocolero. Así, la tecnocumbia mantiene firme su adscripción a una localidad en tanto reconstruye como espectáculo aspectos de la vida cotidiana de las personas. A su vez, la tecnocumbia se convierte en un circuito de producción cultural que adopta e incorpora elementos y que genera conexiones no sólo con las industrias hegemónicas (encabezado por MTV), sino con producciones locales de otros países como el vallenato de Colombia, las bailantas en Argentina, la bachata caribeña, o la mencionada música chicha del Perú, como señalamos anteriormente.

Así la noción de campo permite ver el desarrollo de la tecnocumbia no como un “boom” aislado sino como una expresión de las “negociaciones culturales” entre las producciones locales. Un campo que tiene sus propios valores, estéticas, lógicas de funcionamiento y formas de representar las condiciones de vida de sus públicos. Dicha noción también permite ver las formas de producción artística que los circuitos de las industrias culturales hegemónicas “imponen” como norma cultural ligada al capitalismo de consumo. Nos referimos a la fabricación de ídolos que al volverse personajes públicos adquieren un reconocimiento en la opinión pública.

Estas negociaciones corresponden a los fenómenos de apropiación, incorporación y resignificación, categorías pertinentes para entender estos fenómenos y que mantienen en común la necesidad de reconstruir las relaciones de poder que atraviesan dichos procesos culturales.

Así, lo que permite a la tecnocumbia imponer sus valores o estéticas, como producción cultural subalterna, obedece en gran medida a la relativa autonomía que su circuito ha logrado al desplegar mercados a todo nivel, principalmente entrando en los micro espacios barriales (coliseos, canchas, casas comunales, discotecas) para festejar y celebrar eventos que resultan significativos para la comunidad como fechas cívicas locales, días festivos, eventos deportivos, entre otros, pero todavía vedado su ingreso a los lugares “cultos” u oficiales de la “alta sociedad” como son los museos.

En efecto, la imposibilidad de presentar en el Museo de la Ciudad –de Quito- una muestra artística y un concierto sobre este género dentro del Proyecto “Divas de la Tecnocumbia”, la postura de ciertos medios de comunicación y autoridades municipales que criticaron y se opusieron a que el proyecto concluya dentro del museo¹⁵, nos dan luces para entender los niveles de rechazo y estigma que la tecnocumbia genera en otros públicos.

14 Aunque esta profesionalización sigue siendo lenta y gradual en donde todavía la presencia de la familia ampliada es muy notoria (esposos-manager de las artistas, hermanos-productores, etc.).

15 La no inclusión del concierto y de la muestra plástica del mundo de la tecnocumbia provocó una polémica entre autoridades del museo y artistas que causó un fuerte debate en la opinión pública (cfr. Ramírez 2003).

Todo esto revela que más allá del gusto por este género, la sensibilidad estética en nuestro medio esta fuertemente impregnada de formas de racismo y conservadurismo.

Santy & Papo, Quito 2003

Bibliografía:

- Alabarces, Pablo, 2002, "Fútbol y patria: ciudadanía y nación en el fútbol argentino contemporáneo (y en su televisión)", ponencia presentada en el III Congreso Internacional *Fútbol, Globalización y Medios de Comunicación*, Montevideo, Uruguay.
- Alabarces, Pablo, 1996, *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Atuel, Buenos Aires.
- Broberger, Christian, avec la collaboration de Alain Hayoet et Jean-Marc Mariottini, 1995, *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille*, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Collection Ethnologie de la France Naples et Turin, Paris.
- Bourdieu, Pierre, 1991, *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.
- Bourdieu, Pierre, 1990, *Sociología y Cultura*, Grijalbo, México.
- Cuche, Denys, 1999, *La noción de cultura en las Ciencias Sociales*, Nueva Visión, Argentina.
- García Canclini, Néstor, 1995, *Consumidores y ciudadanos*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Ibarra, Hernán, 1998, "Que me perdonen las dos. El mundo de la canción rocolera" en *La Otra Cultura*, Abya yala, Quito.
- Ibarra, Hernán, 1997, "Negación, exaltación, y desencanto de las culturas populares en América Latina", en *Ecuador Debate* No. 41, CAAP, Quito.
- Maffesoli, Michel, 1990, *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria.
- Margulis, Mario, Laverde Cristina, editores, 1996,

Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Siglo del Hombre Editores, Departamento de Investigaciones Universidad Central, Santa Fé de Bogotá.

- Montiel Edgar, 2003, *Hacia una mundialización humanista*, Ediciones UNESCO, Madrid.
- Michelena, Esteban, 1988, "El swing de la rocola" en *Revista Diners* No. 71, Quito.
- Morales, Juan, 2001, *Como voy a olvidarte. Las siete vidas de Segundo Rosero*, Ed. Pegasus, Ibarra.
- Moscoso, María E., 1999, *La canción de rocola*, Editorial El Conejo, Quito.
- Quispe, Arturo, 2002, "La tecnocumbia: ¿integración o discriminación solapada?", en *Revista Quehacer* No. 135, Lima.
- Ramírez, Jacques, 2003, "Divas de la tecnocumbia: crónica de un relato inconcluso", en *Revista Destiempo* No.7, Quito.
- Ramírez Jacques, Santillán Alfredo, 2003, "Consumos culturales en el centro histórico: el campo de la tecnocumbia", Museo de la Ciudad, Quito, mimeo.
- Salgado, Pablo, 1999, "Ecuador paraíso rockolero" en *Revista Vistazo* No. 771, Guayaquil.
- Santillán, Alfredo, 2002, "Cultura popular y globalización. El campo de la música rocolera: actores, instituciones y negociaciones culturales", PUCE, Quito (inédito).
- Zubieta, Ana María, directora, 2000, *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Paidós, Argentina.
- Prensa Escrita**
- El COMERCIO, 2001, "Tecnocumbia: la decepción con ritmoailable" (C7. 26 de agosto del 2001).
- El COMERCIO, 2001, "La tecnocumbia desplaza a la rockola" (C5. 19 de agosto del 2001).
- OPCION, 2002, "Azucena Aymara. La embajadora de la música nacional" (No.30 29 de julio al 12 de agosto del 2002).
- TINTAJI, 2002, "Tecnocumbia euforia popular" (No.5. Primera quincena de julio de 2002).