



< El balafón africano que se transformó con la chonta en nuestra marimba (músico dagari, en la República del Alto Volta, hoy Burkina Faso) [detalle]. Fotografía de Nina S. de Friedemann, 1984. Fondo Visual Nina S. de Friedemann, Biblioteca Luis Ángel Arango.

“*El asunto... De donde vengo yo*”: revisión del éxito de la *World Music* colombiana desde la industria de la música popular comercial

ALEJANDRO MEJÍA ABAD

Durante este periodo de tiempo, otra Explosión Latina iba a hacer erupción –la musical. Se había ido construyendo desde hacía algunos años y trabajamos día y noche en eso, pero la llama realmente se encendió en una noche especial: el 24 de febrero de 1999. Esa fue la noche en la que Ricky Martin apareció en el escenario de la 41.ª entrega de los Premios Grammy.

Mottola, 2013, pág. 315, traducción nuestra.

LA Explosión Latina, como la identifica Tommy Mottola, quien fuera presidente durante la década de los noventa de la multinacional conocida hoy como Sony Music Entertainment, fue ese fenómeno en la industria de la música popular comercial en el que algunos artistas de habla hispana empezaron a tener la misma relevancia en popularidad e importancia comercial que los artistas angloestadounidenses de mayor reconocimiento.

Si bien hubo casos específicos en los que distintos géneros y artistas latinoamericanos resonaron en los Estados Unidos y Europa desde la mitad del siglo xx –momento en el que se consolidó y aumentó la presencia de estos por fuera de sus mercados locales–, de la mano de Dámaso Pérez Prado, Antônio Carlos Jobim, Sérgio Mendes, Tito Puente y Eddie Palmieri, entre otros, así como también figuraron artistas de habla hispana que no interpretaban géneros de base tradicional latinoamericana, como Julio Iglesias, Luis Miguel y José Feliciano, fue a mediados de la década de los noventa cuando artistas como Ricky Martin, Shakira, Marc Anthony o Thalía generaron un movimiento que llevó a los intérpretes latinoamericanos a tomarse, de cierta manera, la cultura popular estadounidense y europea.

Colombia. Músico, productor de audio y politólogo de la Universidad de los Andes, con interés en la teoría académica de la música popular. Desde hace seis años trabaja en la industria de la música comercial, y desde hace dos está vinculado como gerente de producto internacional en una compañía discográfica de Colombia.

Sonia Bazanta, Totó la Momposina (1940) en una presentación en vivo de la *música de la identidad*. Fotografía de Ignacio Sierra (Nacho). Archivo Fotográfico de Sony Music Entertainment.



Su presencia continua en horarios estelares de televisión, portadas de revistas de entretenimiento, listas de ventas y de difusión radial, conciertos y giras en los Estados Unidos y Europa, sincronizaciones de sus canciones en películas, seriados y comerciales, elementos que permiten comprender su popularidad e impacto en la cultura popular del entretenimiento, se transformaron en un medio natural de circulación para los artistas nacidos en este continente.

A pesar de que la puesta en escena y la música compuesta y producida por y para los artistas que abanderaron la Explosión Latina no necesariamente representaba la idiosincrasia de la música latinoamericana, esta ya estaba claramente permeada por elementos musicales y extramusicales del contexto angloestadounidense. Algunos de estos elementos, en los que se destacan algunos rítmicos, melódicos e instrumentacionales¹, al masificarse a través de las grandes maquinarias de la industria de la música popular comercial, generaron una globalización de contenidos reconocibles como latinoamericanos.

Este hecho influyó en la masificación, popularización y comercialización de una forma industrial, de la ahora identificada como *World Music* latinoamericana, en el mundo. Como evidencia de este hecho, está que dos años después de la presentación de Ricky Martin en los Grammy de 1998, se creó una versión latinoamericana de este premio que en distintas categorías reconoce y reivindica expresiones de tradición local, y que en los últimos años impulsó álbumes de artistas como Orishas, nominado en 2003; Nortec Collective, en 2009 y 2011; Quetzal, en 2013; La Santa Cecilia, ganador en 2014; Totó la Momposina, nominada en 2015; ChocQuibTown, en 2015, y candidatos al premio en la versión estadounidense de los Grammy.

Como término convencional para la identificación internacional de estos repertorios, la *World Music* “está situada en el seno de la industria de la música occidental y no

1. “Instrumentacional” es un término utilizado por Tagg (1979) y se diferencia de “instrumental”, que es usado en músicas no populares, en el sentido de que invoca el número y el tipo de instrumentos, los aspectos técnicos de su interpretación y el tratamiento mecánico y electromusical (pedal, técnica de microfónica, *fuzz*, modulación y otros) que se les aplica.



Carnaval de Mompos.
Fotografía de Nina S. de Friedemann, 1983.
Fondo Visual Nina S. de Friedemann, Biblioteca Luis Ángel Arango.



desde las músicas étnicas que se definen como objetos de estudio etnomusicológico” y como una categoría “de marketing [...] que se aplica a la música originada fuera del eje anglo norteamericano [...], que en un principio se vio fomentada por el interés y el entusiasmo por los préstamos de estilos musicales nacionales no occidentales a cargo de intérpretes occidentales” (Mitchell, citado en Shuker, 2005, pág. 303).

A partir de esta definición se plantea la diversidad y complejidad de la *World Music* y sus categorías, ya que entre las músicas grabadas recientemente por artistas colombianos, participan al menos dos tipos de repertorios que, con diferentes elementos musicales y extramusicales, ventajas y obstáculos, logran escalafonarse, consolidarse, masificarse, y comercializarse alrededor del mundo.

Los dos tipos de repertorio están representados por dos artistas: ChocQuib-Town, agrupación que fusiona música de la costa Pacífica colombiana con ritmos



Carnaval de Mompos.
Fotografías de Nina S. de
Friedemann, 1983.
Fondo Visual Nina S. de
Friedemann, Biblioteca Luis
Ángel Arango.

estadounidenses, especialmente *Hip Hop*, y define su música como *hip hop funk afrocolombiano*, y Totó la Momposina, intérprete de música de tradición folclórica de la costa Caribe colombiana, quien define su obra como *música de la identidad*.

En este documento se parte de una revisión de los elementos musicales y extramusicales que deben ser tenidos en cuenta según la metodología analítica propuesta por el musicólogo sueco Philip Tagg, pionero y maestro en estos temas, para repertorios de música popular (1979). Se toman como base del análisis datos provistos en testimonios de personas cercanas a los artistas, directores artísticos y de mercadeo de la compañía, así como los obtenidos en fuentes como discografías, documentales, boletines de prensa y entrevistas concedidas por los artistas a medios de comunicación.

El propósito consiste en mostrar que las diferencias entre los dos tipos de repertorio, sus etapas particulares de desarrollo, relacionadas con los contextos tanto musicales como de origen, las disparidad de los caminos recorridos y el tiempo que les ha tomado hacerlos, así como los contrastes en el uso del lenguaje musical y las formas de expresarlo, no invalidan la pertinencia de sus productos; por el contrario, resaltan su visibilidad y relevancia para la cultura popular universal actual y revelan cómo esa visibilidad se apoya especialmente en las estrategias propias de la industria de la música comercial.

CONSIDERACIONES EXTRAMUSICALES DE LA COMUNICACIÓN

Además de los elementos estrictamente musicales y los que corresponden a la producción musical contenidos en la pieza o *corte*², existe una variedad de componentes extramusicales que tienen la misma importancia, por lo que estudiarlos amplía la posibilidad de comprensión de las obras y sus implicaciones en un contexto determinado. Partiendo de distintas teorías de la comunicación, Tagg (1979) propone un análisis de cada una de las obras o cortes, también comprendidos como el mensaje, basado en las siguientes categorías, que revisamos brevemente para cada caso: el transmisor o artista; la naturaleza física del mensaje; el receptor o el público y su motivación; la motivación del artista; la interacción entre artista y público: ¿comunicación de una o dos vías? Y la relación entre el propósito del artista y la reacción del público.

2. En este análisis se llamará corte a cada *track*, pieza o canción individual de producción musical.

Totó la Momposina y sus músicos antes de una presentación. Fotografía de Ignacio Sierra (Nacho). Archivo Fotográfico de Sony Music Entertainment.



Álbum lanzado en 2014. Archivo Fotográfico de Sony Music Entertainment.

EL TRANSMISOR O EL ARTISTA

Totó la Momposina

Sonia Bazanta, nacida en 1940, conocida como Totó la Momposina, es una de las intérpretes más representativas de la música de tradición folclórica colombiana. Originaria del municipio de Talaigua (Bolívar), en la isla fluvial de Mompo, de ahí su apelativo de “momposina”, fue criada en una familia de músicos, pues su papá tocaba el tambor y su madre era bailarina. Desde muy joven se interesó no solamente en continuar el legado musical y cultural de las cantoras agricultoras y los pescadores de su región, sino en lograr que este fuera conocido en el mundo a través de lo que ella denomina la *música de la identidad*, que define así en el librito de su álbum *El asunto* (2014): “es el producto del cotidiano vivir de los hombres y mujeres comunes; es el resumen de sus experiencias culturales, colectivas e individuales”. Desde finales de la década de los sesenta, Totó ha llevado ritmos como cumbia, bullerengue, garabato y mapalé, entre otros, a diferentes rincones del mundo en Norte América, Europa y Asia, lugares donde se ha encargado de contar, en el lenguaje ancestral en el que originalmente fueron compuestas estas obras, las historias del día a día de los pescadores y agricultores de su tierra.

Su importancia para la cultura popular se ha incrementado progresivamente desde que en 1982 acompañara al escritor colombiano Gabriel García Márquez en la ceremonia de recepción del Premio Nobel de Literatura en Estocolmo. Otras ocasiones que la han puesto en la mira del público internacional han sido: su grabación en 1992 del álbum *La candela viva* para el sello Real World del productor británico Peter Gabriel, quien también produjo a Ashkhabad, Charlie Winston, el Coro Creole de Cuba, Farafina, Ozomatli, Joseph Arthur y Sheila Chandra; su primera nominación al Grammy Latino por su álbum *Gaitas y tambores* en 2002; su participación junto al grupo puertorriqueño Calle 13 en la canción “Latinoamérica” en 2011; el reco-



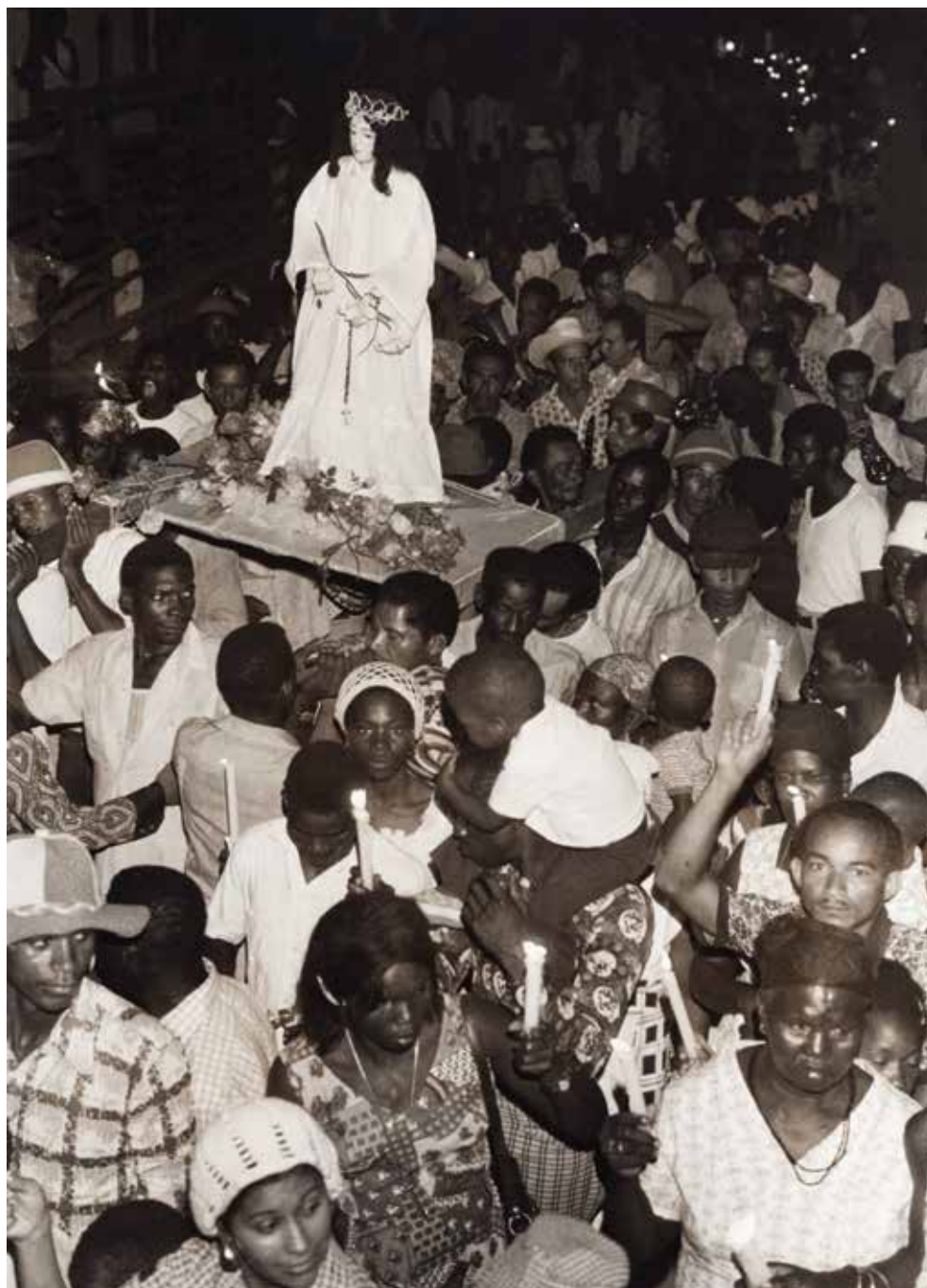
Miguel Martínez (Slow), Gloria Martínez (Goyo) y Carlos Valencia (Tostao), integrantes de ChocQuibTown. Fotografía promocional de Andrés Oyuela para su álbum *El mismo*, lanzado en 2015. Archivo Fotográfico de Sony Music Entertainment.

nocimiento que le hizo la Academia Latina de Grabación en 2013 con el Premio de la Excelencia Musical durante la ceremonia de los Grammy Latinos; y su aparición en el Grammy Latino donde fue nominada nuevamente por su álbum *El asunto*, el cual compitió en 2015, también, para el premio Grammy estadounidense en la categoría de Mejor Álbum Tropical.

ChocQuibTown

ChocQuibTown es una agrupación fundada en 2002, conformada por Carlos Valencia (Tostao), Gloria Martínez (Goyo) y su hermano Miguel Martínez (Slow), todos oriundos de la región Pacífica colombiana, más específicamente de los municipios de Condoto y Quibdó, del departamento del Chocó. Su música fusiona ritmos rurales de la tradición folclórica del litoral Pacífico con ritmos urbanos como el *funk* y el *hip hop* estadounidense que, según ellos, han arraigado en la región gracias a los marineros que llegan semanalmente en sus embarcaciones y han influenciado la vida y la producción musical del lugar.

Las canciones interpretadas por ChocQuibTown son en su gran mayoría composiciones de ellos mismos. Entre las que más trascendencia han tenido en el mundo comercial y la cultura popular figuran “Hasta el techo”, “Calentura”, “De donde vengo yo”, “Tu canción”, “Uh la la”, “Pescao envenenao” y “Somos Pacífico”. El grupo ha abordado distintas temáticas como el amor, la fiesta, el arraigo con sus raíces, sus costumbres, su lugar de origen, e incluso la protesta sobre temas políticos concretos que los preocupan. En 2007, cuando la *Revista Shock* –publicación mensual colombiana especializada en música– nominó por primera vez a ChocQuibTown a los premios que entrega cada año, su tránsito a la corriente principal de la música comercial empezó a ser más claro y contundente. Desde 2008, sus cortes empezaron a ser programados con frecuencia en las emisoras colombianas de radio comercial, y en



Procesión en San Basilio de Palenque, junio de 1975. Fotografía de Richard Cross. Fondo Visual Nina S. de Friedemann, Biblioteca Luis Ángel Arango.

2009 recibieron su primera nominación al Grammy Latino en la categoría de Mejor nuevo artista. Sin embargo, debieron esperar un año hasta que en 2010 consiguieron el premio en la categoría Canción alternativa del año con “De donde vengo yo”.

En 2011, ChocQuibTown lanza *Eso es lo que hay*, su primer álbum con la multinacional discográfica Sony Music Entertainment, con la que consiguen consolidarse en el mundo comercial y en la cultura popular. En forma paralela, comienzan a presentarse constantemente en distintos países de Europa y en los Estados Unidos.

En 2013 lanzan *Behind The Machine*, un álbum en el que el grupo regrabó sus éxitos más importantes, sin utilizar secuencias electrónicas. Ese mismo año colaboran en la grabación y el concierto de lanzamiento de *Corazón*, primer álbum latino del guitarrista mexicano Carlos Santana, en el cual interpretaron “Iron, Lion, Zion” de Bob Marley junto a su hijo Ziggy Marley.



El balafón africano que se transformó con la chonta en nuestra marimba (músico dagari, en la República del Alto Volta, hoy Burkina Faso). Fotografía de Nina S. de Friedemann, 1984. Fondo Visual Nina S. de Friedemann, Biblioteca Luis Ángel Arango.

Su éxito internacional como agrupación de *World Music* queda claro en un autoanálisis, tras el cual Goyo afirma “somos un grupo de tres negros con una banda atrás que permite que la gente baile y salte. Eso les llama mucho la atención”. (Goyo, 2015, entrevista).

LA NATURALEZA “FÍSICA” DEL MENSAJE

En 1979, cuando Tagg propuso estas categorías, el consumo de música popular comercial se limitaba a los discos físicos y, por supuesto, a los conciertos. Casi cuatro décadas después, la industria de la música ha evolucionado, a tal punto que el formato físico, tradicionalmente representado por el disco compacto o el álbum de larga duración (CD y LP, por sus siglas en inglés, respectivamente), ha empezado a compartir el espacio en el mercado con nuevos formatos y plataformas digitales difíciles de imaginar en aquel momento. Entre estos formatos y plataformas se destacan iTunes, Deezer y Spotify, cuyas acciones continúan siendo tema de debates que aunque no son centrales para este tema, sí implican que el corte, entendido como mensaje, hoy no esté necesariamente codificado en un objeto físico tangible (como un disco compacto, un casete o un LP), sino que puede consumirse en la intangibilidad del ecosistema digital.

Aunque los repertorios tanto de Totó la Momposina y de ChocQuibTown están disponibles en ambos formatos (físico y digital), los datos públicos que arrojan los listados de popularidad, consumo, visitas y reproducciones de cada una de estas plataformas digitales muestran que los consumidores de ChocQuibTown encuentran como natural el mundo de las plataformas digitales de consumo de música, mientras que los consumidores de la música de Totó la Momposina se mantienen fieles al formato físico tradicional del disco compacto. Esos elementos caracterizan y diferencian los públicos de cada artista y permiten inferir la manera como cada uno conversa con su público.



Músico de Ríos de Oro,
Güelmambí, litoral Pacífico.
Fotografía de Ronald J. Duncan,
1969.
Fondo Visual Nina S. de
Friedemann, Biblioteca Luis
Ángel Arango.

DERECHA
Manuel de Jesús Riascos
fabricando un tambor en Santa
Bárbara de Timbiquí (Cauca),
diciembre de 1987.
Fondo Visual Nina S. de
Friedemann, Biblioteca Luis
Ángel Arango.

EL RECEPTOR O EL PÚBLICO Y SU MOTIVACIÓN

Por distintas razones que tienen que ver con la naturaleza física o virtual del mensaje, como se explicó en el apartado anterior, y por otras que se irán describiendo, los públicos de ambos artistas son diferentes.

En general, el público de ChocQuibTown está conformado por jóvenes entre los dieciocho y treinta años. Sin embargo, este público es radicalmente distinto en Colombia al del resto del mundo. En Colombia, el público es más entusiasta y se ve motivado a apoyar a la banda consumiendo su música gracias al mensaje de superación que implica: por primera vez el históricamente segregado departamento del Chocó tiene un personaje, en realidad tres, que impactan de forma positiva, ejemplar y contundente la cultura popular del país y la presentan al mundo.

Por otra parte, en los demás países el público al que se dirige el grupo, que también es entusiasta, está conformado por jóvenes que frecuentan festivales de música alternativa y que encuentran en la música de ChocQuibTown una opción contemporánea y digerible de contenidos en el campo de la *World Music*. Lo confirma el propio Slow, este público extranjero que asiste a los festivales, llama la atención y se diferencia por su interés curioso sobre los repertorios, porque “entiende la cultura de los festivales de una forma distinta. Sabe que allá va a conocer un montón de música nueva y se mueve con lo que le gusta” (Slow, 2015, entrevista).

En cambio, los receptores del mensaje de Totó la Momposina, es decir el público entusiasta de su música, es más heterogéneo que el de ChocQuibTown y no puede definirse a través de una nacionalidad o una edad, sino por el hecho de que está conformado por personas muy distintas entre sí (jóvenes y adultos, de distintas razas, clases sociales y niveles educativos) que comparten un gusto e interés por lo ajeno y no están necesariamente deseosos de novedades.



MOTIVACIÓN DEL ARTISTA

Por varias razones que serán descritas a continuación sería posible definir la motivación de ambos artistas en producir esas músicas tal y como las hacen a partir de la idea de que tanto ChocQuibTown como Totó la Momposina intentan rescatar y mantener viva la tradición musical de sus lugares de origen. Sin embargo, es importante anotar que la forma en la que cada uno de ellos codifica el mensaje, puede afectar directamente la definición de esta motivación, lo que podría hacer pensar, asimismo, que las motivaciones, lejos de ser las mismas, son por completo diferentes.

ChocQuibTown.
 Fotografía promocional de
 Andrés Oyuela para su álbum *El mismo*, lanzado en 2015. Archivo
 Fotográfico de Sony Music
 Entertainment.

Según María Ramírez, directora de *marketing* de Sony Music Entertainment, ChocQuibTown codifica su mensaje en un “empaque” contemporáneo, con elementos que son comprendidos con facilidad por fuera de su lugar de origen, como su ropa moderna, la forma en la que se expresan y el uso constante de anglicismos, entre otros (Ramírez, 2015, entrevista).

Esto no solo debe entenderse como una decisión premeditada que sugiere que ChocQuibTown pretende hacer el mensaje más digerible y comercial en el mundo, para que la música originada en su región se expanda, sino también como consecuencia de que la mentalidad contemporánea de un grupo importante de la población afrodescendiente de Colombia ubicada en el Chocó se orienta a la cultura popular de los afrodescendientes estadounidenses, en especial a la corriente del *hip hop*.

Este empoderamiento cultural en el que está comprometida la juventud parece ser la respuesta adecuada y contundente a la segregación histórica a la que ha sido sometida y al contacto con el producto cultural extranjero gracias al eficiente acceso a la tecnología de las comunicaciones, en particular a Internet.



Barbacoas (Nariño), Pacífico colombiano.
Fotografía de Ronald J. Duncan, 1974.
Fondo Visual Nina S. de Friedemann, Biblioteca Luis Ángel Arango.

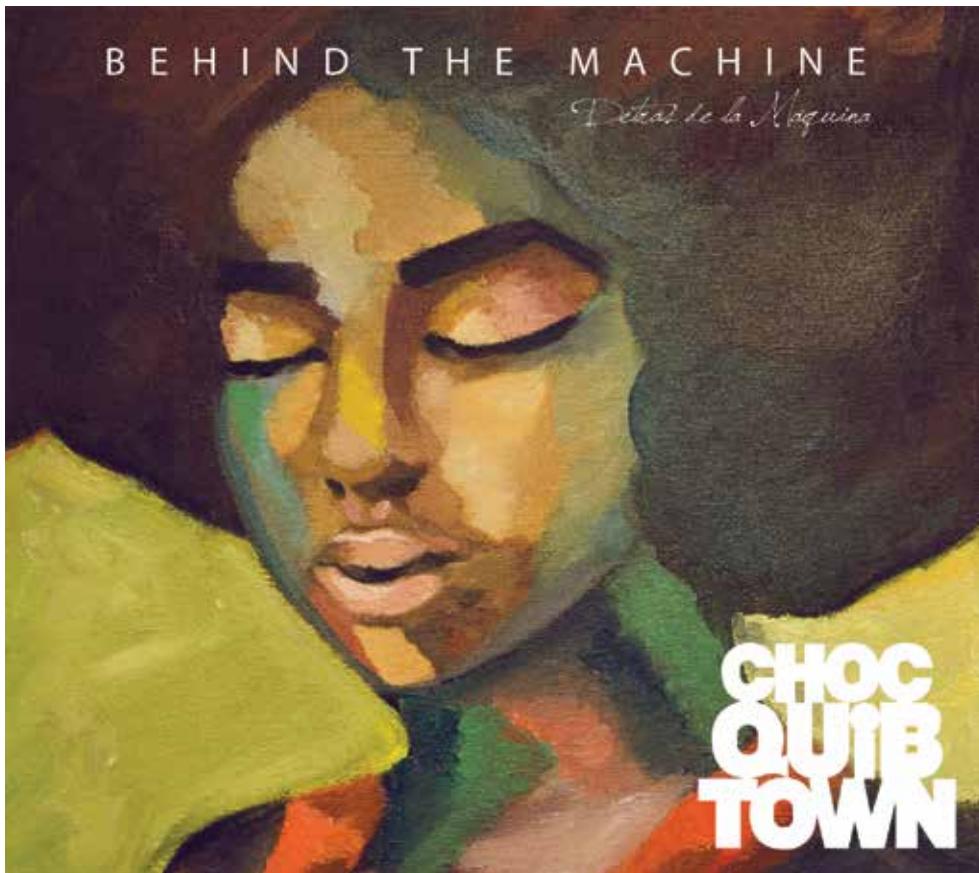
No solo en Colombia, sino en regiones segregadas de muchos países, el cada vez más intenso contacto con la tecnología ha sido el vehículo más eficaz para que una población históricamente maltratada encuentre en la movilización de sus formas propias de expresión fuentes para un desarrollo económico, cultural y social.

Por su parte, Totó la Momposina difunde el mensaje en un empaque que puede considerarse como más arcaico. Entra al escenario vestida con trajes típicos de su región, descalza, y reviviendo uno a uno los distintos elementos del ritual musical que de igual modo están presentes tanto en sus grabaciones como en sus conciertos. Totó se expresa de la forma que lo hacían sus ancestros, sin permitir que nada ajeno a la *música de la identidad*, permee su arte. En consecuencia, la música de Totó tiene más códigos inaccesibles para el público que recibe su mensaje, lo que la diferencia de la mayoría de expresiones de *World Music* que adoptan y fusionan elementos musicales universales y modernos.

INTERACCIÓN ENTRE EL ARTISTA –EL TRANSMISOR– Y EL PÚBLICO –EL RECEPTOR–. ¿COMUNICACIÓN DE UNA O DOS VÍAS?

Musicalmente, el formato contemporáneo bajo el cual ChocQuibTown presenta su música es más funcional para un público objetivo juvenil. Esto implica que su música y sus videos se masifiquen, sobre todo, a través de las distintas plataformas digitales y redes sociales virtuales, lo que no es un dato poco relevante si se tiene en cuenta que ellas, gracias a los espacios que tienen para comentarios, aprobación, desaprobación y difusión instantánea, permiten una interacción masiva, moderna y constante del artista con el público.

Esta interacción masiva y moderna facilita una comunicación de dos vías, en la que la banda no solo emite su mensaje y recibe retroalimentación de su público, sino



Álbum lanzado en 2013.
 Archivo Fotográfico de Sony
 Music Entertainment.

que ello le permite, de nuevo, enviar un nuevo mensaje, bien sea una nueva canción, un nuevo disco, actualizado y acorde con el contexto. Slow lo deja claro cuando habla sobre el álbum que está por salir. Dice sobre la comunicación con el público: “ocurre todo el tiempo. Por ejemplo, últimamente gracias a que he estado oyendo *dubstep*³, incluí un par de cosas de ese género en el disco, sobre todo cuando Goyo rapea” (Slow, 2015, entrevista).

En contraste, Totó la Momposina interactúa muy poco con su público y limita su contacto a la comunicación de una sola vía. A diferencia de ChocQuibTown, Totó la Momposina no tiene videoclips que ayuden a que su música se masifique en medios como los canales musicales de televisión o YouTube, y su inmersión en las redes sociales es en la práctica nula. Más allá de la ovación que recibe en sus conciertos o de los comentarios que estos o sus trabajos discográficos reciben por parte de la prensa especializada, Totó está blindada, no conoce en forma directa los comentarios de sus fanáticos lo que, independientemente de su decisión de mantener la *música de la identidad* alejada de una influencia exterior, cohibe una retroalimentación que tenga impacto real y activo en su música y que incida en producciones futuras.

RELACIÓN ENTRE EL PROPÓSITO DEL ARTISTA Y LA REACCIÓN DEL PÚBLICO

Si bien el propósito general de ambos artistas, como se describió, es el de mantener viva la tradición musical y folclórica de sus lugares de origen, hay que decir que la reacción del público se ve limitada por algunos factores que pueden ser considerados como lógicos.

El asunto de lo que cada artista comunica con sus letras en español deja de ser relevante en mercados y países en los cuales este idioma no se entiende y no se

3. Género musical derivado de la música electrónica que se originó a finales de la década de los noventa entre Alemania e Inglaterra, pero que se volvió relevante en la música popular comercial y en la cultura popular entre 2010 y 2012.



Yolanda Arango de Timbiquí
(Cauca), 1987.
Fondo Visual Nina S. de
Friedemann, Biblioteca Luis
Ángel Arango.

habla. Lo que cobra relevancia aquí, extramusicalmente hablando, es el *look*, que en términos de mercadeo hace referencia a la forma en la que se producen los artistas: su apariencia, que incluye vestuario, estilo, gestos y formas en la que se expresan, además de las imágenes que se incluyen en sus álbumes, videoclips y conciertos.

También, en los conciertos de ambos artistas se diferencian. ChocQuibTown propone una tarima participativa, en la cual la banda interactúa a menudo con el público. Este participa y debe sentirse como parte del proceso comunicativo, debe sentir que ha sido escuchado por la banda, y que esta se renueva y evoluciona con frecuencia gracias a que mantiene activos el mensaje y los canales de comunicación.

Por el contrario, Totó cierra la tarima y realiza su presentación tal y como la ha concebido, sin dar espacios o lapsos para que el público la interrumpa o interactúe



Quibdó (Chocó).
Fotografía de Nina S. de
Friedemann, 1991.
Fondo Visual Nina S. de
Friedemann, Biblioteca Luis
Ángel Arango.

con ella de alguna forma. Ello implica que los espectadores actuales, acostumbrados a otra dinámica, al sentirse excluidos tanto de la producción fonográfica como de los conciertos entienden que el rescate y la continuidad de la *música de la identidad* son asuntos que le corresponden a la autoridad, ejercida en este caso por la artista.

CONSIDERACIONES MUSICALES

Complementando la serie de aspectos extramusicales necesarios para comprender los productos de la música popular están los aspectos musicales que también determinan la variedad, unidad e interés de los repertorios y su ubicación en las clasificaciones convencionales. Entre ellos figuran: la duración de cada pieza; la estructura/morfología; los aspectos rítmicos melódicos y armónicos; los aspectos instrumentacionales; y los efectos, elementos de producción y trabajo de estudio.

DURACIÓN DE LA PIEZA O EL CORTE

Uno de los aspectos que más tienen en cuenta los compositores e intérpretes de música popular comercial es el de la duración de la pieza o el corte, ya que el estándar de la radio comercial, al menos de Colombia, rara vez permite que en emisión supere los cuatro minutos.

ChocQuibTown es consciente de esto, por lo que compone y produce cortes de duración variable, pensados para distintas situaciones de consumo. Están los que oscilan entre los tres y cuatro minutos para radio y otros más largos para discotecas, clubes o, eventualmente, presentaciones en vivo. Gracias a la interacción que tienen con sus fanáticos, en ocasiones alargan las canciones sin ninguna consideración con los estándares.

Totó, por su parte, limita el tiempo de sus cortes en las grabaciones, pero no lo hace pensando en la duración estándar de la radio comercial digital, sino porque el formato físico, el disco compacto, a través del que difunde su música se lo exige. En palabras de Guillermo Mazorra, director artístico y de repertorio de Sony Music Entertainment Colombia, con quien Totó la Momposina grabó su álbum *El asunto*, “Totó se restringe en el disco, porque la intención aquí es mostrar algo del ritual musical que representa su música y que después defiende sin restricciones en sus conciertos”. (Mazorra, 2015, entrevista).

ESTRUCTURA/MORFOLOGÍA

La estructura morfológica de las canciones que ambos artistas graban también es un punto que permite ver dos formas distintas de hacer *World Music*.

La mayoría de las canciones de *Eso es lo que hay*, de ChocQuibTown, son homogéneas en cuanto a su forma. “Uh la la”, “Hasta el techo”, “Tu canción” y “De donde vengo yo” son ejemplos de canciones de estructura predecible y comercial, compuestas y grabadas a partir de una estricta cuadratura (dieciséis compases por parte) que consta casi siempre de introducción, parte A (estrofa), parte B (coro), parte A, parte B, parte C (generalmente rap) y parte B.

Totó la Momposina, por el contrario, graba e interpreta canciones con estructuras muy variadas. En algunos cortes de su álbum de estudio más reciente, *El asunto*, como “Aronde me meto yo” se encuentra la misma cuadratura que en las de ChocQuibTown, aunque esta se debe más a la influencia de la música popular española en el repertorio tradicional que a la intención de hacer algo comercial. “Apila el arró” es una conversación entre la cantaora y el coro con secciones instrumentales intermedias; “El palomo” pasa, sin estribillo o coro, de dos estrofas a un pregón similar al de la salsa cubana; “La perla” cambia de sección cada seis compases; lo anterior evidencia la diversidad formal de la *música de la identidad* y el desinterés de Totó de adecuarla a formatos de música popular o de radio comercial.

ASPECTOS RÍTMICOS, MELÓDICOS Y ARMÓNICOS

Uno de los aspectos en los que más se evidencia la fusión que hace ChocQuibTown de música del Pacífico colombiano con música pop, *rock* y *hip hop* comercial es el que se refiere a los aspectos rítmicos, melódicos y armónicos. Varios motivos rítmicos ejecutados por los tambores en la música de ChocQuibTown remiten claramente a la música del Pacífico. La marimba, por la naturaleza misma de su participación en



músicas tradicionales, ejecuta motivos melódicos haciendo referencia a escalas que resultan exóticas y ajenas a los géneros comerciales con los que ocurre la fusión.

La música de Totó la Momposina presenta, tanto en los motivos rítmicos de los tambores como en los motivos de las melodías que canta, los elementos de la música de tradición folclórica del Caribe. Sin embargo, en la melodía de los arreglos de los instrumentos, la armonía y el ritmo armónico están los elementos más convencionales y universales. El hecho de que estos elementos convencionales surjan de forma natural es la consecuencia de la influencia de la música popular europea en la *música de la identidad*.

ASPECTOS INSTRUMENTACIONALES

Los instrumentos que se utilizan en la música que se considera *World Music* son fundamentales para este análisis, ya que este es el punto de quiebre entre la sensación tímbrica convencional y la sensación tímbrica exótica que llama la atención del público objetivo.

ChocQuibTown usa los instrumentos de una banda de *rock* o de *hip hop*: batería, bajo, guitarra eléctrica y un computador con secuencias electrónicas. Sin embargo, las congas, la tambora y sobre todo la marimba, diferencian a ChocQuibTown de agrupaciones similares, pues hacen que sus cortes sean tímbricamente exóticos e interesen al público ajeno a su tradición.

Con Totó la Momposina sucede algo similar. Aunque en la actualidad, después de su trabajo con Peter Gabriel y demás productores y músicos europeos, sus grabaciones

En potrillos como medio de transporte, se viaja por el río Timbiquí, vía Coteje, marzo de 1988.

Fotografía de Greta Friedemann. Fondo Visual Nina S. de Friedemann, Biblioteca Luis Ángel Arango.

y presentaciones en vivo incluyen instrumentos ajenos a la *música de la identidad*, como guitarra y bajo eléctrico, sumados a trompetas, bombardino, bombos de banda y platillos, además de gaitas macho y hembra, llamador, maracas, guacharaca y tambores propios del folclor caribe.

EFFECTOS, ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO EN ESTUDIO

Cuando la música es grabada, existe la posibilidad de agregar efectos que compriman, ecualicen, modulen o modifiquen los sonidos con distintos fines sonoros. Este proceso, denominado producción, se divide en tres etapas: grabación o creación de secuencias, mezcla y masterización. De los tres, son relevantes para este estudio los dos primeros.

En el caso de ChocQuibTown, el proceso desde la grabación y la elaboración de las secuencias es fundamental. Slow, cerebro conceptual del grupo y productor, se encarga de experimentar con los sonidos que se graban o las secuencias que se escogen. Esto gracias a los elementos electrónicos que contiene la música.

Con Totó la Momposina ocurre lo contrario. Al mantener la *música de la identidad* lo más pura y orgánica posible sin elementos o secuencias electrónicas, la producción no da espacios para experimentar. Por el contrario, para mantener en la grabación lo que ocurre en el escenario, la mezcla es muy rigurosa. Mientras en la mayoría de producciones de música popular comercial el ingeniero de mezcla es autónomo para trabajar artísticamente, en la *música de la identidad*, solo un entendido en temas como la relación trascendental entre los instrumentos, por ejemplo, tambor hembra y tambor macho, está en la capacidad de ejecutar este proceso.

COMENTARIO FINAL

A partir de una revisión general de álbumes de repertorio de Totó la Momposina, *La candela viva* (1993), *Pacantó* (2000) y *El asunto* (2014), y de ChocQuibTown, *Somos Pacífico* (2007), *Oro* (2009), *Eso es lo que hay* (2011) y *Behind the Machine* (2013), y con el apoyo de las categorías de estudio propuestas por Philip Tagg, se quiso ejemplificar que en Colombia existen al menos dos tendencias que habitan el amplio concepto del *World Music*, que aun a través de procesos diferentes y hasta contrapuestos son exitosas.

Queda para todos, el mensaje de Goyo: “es importante que se hable de *World Music*, de que se puede hacer *World Music* y salir adelante. A nosotros se nos acercan muchos músicos con miedo de estar haciendo algo raro que no guste y es al contrario. Hoy es más fácil girar y gustar tanto adentro como fuera haciendo este tipo de música” (Goyo, 2015, entrevista). ■

BIBLIOGRAFÍA

- Bohman, Philip V., “World Music at the ‘End of History’”, en *Ethnomusicology*, Champaign, IL, University of Illinois Press, vol. 46, núm. 1, 2002, págs. 1-32.
- Cepeda, María Elena, “Mucho loco for Ricky Martin; or the politics of chronology, crossover, and language within the Latin(o) Music ‘Boom’”, en *Popular Music and Society*, Londres, Taylor & Francis, vol. 24, núm. 3, 2000, págs. 55-71.
- Jones, Christopher Jones, “Hip-Hop Quebec: Self and Synthesis”, en *Popular Music and Society*, Londres, Taylor & Francis, vol. 34, núm. 2, 2011, págs. 177-202.

- Lammar Cunningham, Phillip, “Stare in the Darkness: The Limits of Hip-Hop and Black Politics”, en *Popular Music and Society*, Londres, Taylor & Francis, vol. 35, núm. 4, 2012, págs. 589-591.
- Mottola, Tommy y Fussman, Cal, *Hitmaker: The man and his music*, New York, Grand Central Pub Mass Market, 2013.
- Shuker, Roy, *Popular music: The key concepts*, 2.^a ed., Londres, Nueva York, Routledge, 2005.
- Tagg, Philip, *Kojak, 50 Seconds of Television Music: Toward the Analysis of Affect in Popular Music*, Estudios del Departamento de Musicología, Universidad de Gotemburgo, 1979.

Recursos de Internet

- ChocQuibTown, Biografía, 1.º de marzo de 2015. <http://www.chocquibtown.com/biografia/>
- Totó la Momposina, 1.º de marzo de 2015. <http://www.totolamomposina.com/history.php/>
- Latin Recording Academy – Premios Latin Grammy, base de datos en línea, 1.º de marzo de 2015. <http://www.latingrammy.com/>

Discografía

- ChocQuibTown – *Somos Pacífico* (2007)
- ChocQuibTown – *Oro* (2009)
- ChocQuibTown – *Eso es lo que hay* (2011)
- ChocQuibTown – *Behind the Machine* (2013)
- Totó la Momposina – *La candela viva* (1993)
- Totó la Momposina – *Pacantó* (2000)
- Totó la Momposina – *El asunto* (2014)

Entrevistas

- Mejía Abad, Alejandro, Gloria Martínez “Goyo” y Miguel Martínez “Slow”, miembros de ChocQuibTown, Bogotá, 11 de marzo de 2015.
- Guillermo Mazorra, Director de artistas y repertorio, Sony Music Entertainment Colombia, Bogotá, 4 de marzo de 2015.
- María I. Ramírez, Directora de *marketing*, Sony Music Entertainment, Bogotá, 4 de marzo de 2015.