

Músicas locales en tiempos de globalización
Ana María Ochoa
(Profesora de musicología en Columbia University)

Las músicas asociadas históricamente a lo local (el folclore y las músicas indígenas, o aborígenes varias) comprenden, hoy en día, uno de los campos más polémicos del mundo musical. En buena medida, esto se debe a que muchas de ellas se encuentran en medio de un profundo proceso de transformación. A partir de los años ochenta, sonidos históricamente considerados como marginales al ámbito del consumo musical Occidental, se introdujeron en las salas de nuestras Casas, en los altavoces de los cafés y en las estanterías de las disco tiendas a una velocidad y en cantidad y variedad nunca antes imaginada. No es que la industria musical haya descubierto súbitamente lo local. Lo que ha cambiado es la velocidad de la transformación de las músicas locales y su presencia visiblemente masiva en el mercado y en los medios.

El tema de la transformación de las músicas locales es polémico ya que conjuga muchos de los cambios de nuestro tiempo: el sentido estético de lo local para un mundo globalizado; la resignificación de los sonidos en la era digital; las nuevas relaciones entre lugar, sujeto y producción simbólica; la relación entre cultura, música y política, para mencionar sólo algunos. El término "músicas locales" lo empleo para nombrar músicas que en algún momento histórico estuvieron claramente asociadas a un territorio y a un grupo cultural o grupos culturales específicos.

Le doy primacía a la continuidad de la idea de "lo local" como marca constitutiva de estas músicas, ya que hoy en día las políticas de lugar son un aspecto crucial de su movilización. A medida que estas músicas se hacen más nómadas, pueden suceder dos procesos: algunas de ellas enfatizan su carácter conservador, afianzando una relación estilística e histórica con un lugar. Pero por otro lado, otro grupo de personas que cultive los mismos géneros puede transformar el estilo radicalmente, frecuentemente desde otros lugares o ámbitos de circulación. Esto implica que la relación entre género musical popular local y lugar no es evidente. Es una relación que está atravesada por una multiplicidad de factores históricos, económicos, estéticos y sociales.

El segundo término que emplearé desde un comienzo es el de "música popular". En inglés, el término *popular music* denota músicas urbanas masivas asociadas a la industria cultural tales como el rock, el pop o la salsa. En español el término músicas populares o música popular es más ambiguo ya que el término no connota una frontera

clara entre las músicas llamadas del folclore o las músicas de ámbitos más masivos o urbanos, se utilizará por tanto para referirse tanto a las músicas tradicionales como a las músicas populares urbanas contemporáneas.

Industria musical y músicas locales

Durante las décadas del ochenta y noventa la industria musical sufrió dos procesos que la transformaron radicalmente. Por una parte se transnacionalizó generando monopolios que controlan un alto porcentaje del mercado oficial de la música a través de grandes multinacionales con centros financieros y productivos en Japón, Europa y Estados Unidos. A su vez, estas compañías se amalgaman con diversas áreas de la industria del entretenimiento donde lo discográfico queda cada vez más vinculado a lo informático y lo visual. Este es el ámbito de las llamadas *majors*.

Por otro lado, encontramos una serie de procesos de fragmentación en la industria musical. Durante los ochenta se multiplicó el número de compañías independientes de tamaño relativamente pequeño que se dedican a la producción y/o distribución de músicas locales de diferentes partes del mundo. Esto fue posible, en buena medida, por la disminución de costos en tecnología de grabación que produjo la invención de la digitalización a fines de la década del setenta.

Algunas de las independientes que surgieron en los ochenta junto con el *boom* de la revalorización de las músicas locales, se han constituido en verdaderas empresas de producción y distribución de dichas músicas a nivel globalizado. Otras más pequeñas, sin embargo, sucumben a la presión de las *majors* por controlar el mercado y no logran subsistir dentro de un marco global monopólico, mucho menos en tiempos de crisis económica como el actual. En general, las *indies* se encargan del descubrimiento de nuevos músicos y talentos, lo cual no necesariamente implica que dichos artistas sigan vinculados a sus empresas una vez que sean exitosos. Pero la pluralidad sonora del mundo actual en el marco de la industria es posible, en gran parte, por la presencia de las *indies*.

Aparte de estas dos dimensiones formales de la industria musical, hay otros ámbitos de producción musical que son cruciales. A lo largo de la década del noventa, se afianzó, cada vez más, un fenómeno de autoproducción musical, en el cual los mismos grupos musicales graban, producen y distribuyen sus propias músicas por fuera de los circuitos oficiales de la industria musical globalizada sean *indies* o *majors*.

Su manifestación más clara es que los mismos artistas o, en algunos casos, mediadores no industriales tales como amigos dueños de estudios de grabación o investigadores musicales, se encargan de producir y distribuir sus discos legalmente, pero por fuera de los circuitos de la industria. Este tipo de producción frecuentemente no es visible en los mercados formales sino que se da a través de redes informales de intercambio creativo. La circulación grabada de las músicas locales por tanto no está exclusivamente asociada a las estructuras de la industria. La relación entre músicas locales, creatividad y producción discográfica no nos remite por tanto exclusivamente a los ámbitos formales.

Además, la piratería se instala como uno de los ámbitos más controvertidos de producción-distribución de comienzos del siglo XXI, debido a su estatus paralegal. Está por un lado, la piratería asociada a la reproducción de CDs. La diferencia fundamental de la piratería actual radica en que, a diferencia del producto copiado en cassette, el producto copiado en CD es exactamente igual en calidad sonora al original. Por otro lado, la estructura misma de la industria se ve profundamente cuestionada por la multiplicación de ofertas de intercambio de música por Internet en donde no sólo la producción de la música sino su distribución está pasando por manos que no son las de la industria musical oficial. El consumidor ha pasado a controlar parte de las estrategias de distribución.

Nos encontramos entonces en un momento de profunda transformación de la relación producción-distribución a nivel de las músicas locales. Gran parte de esta reestructuración de la relación producción-distribución-consumo musical en la industria de la música, se debe a los cambios tecnológicos producidos por la digitalización.

El surgimiento de la categoría *world music*

A finales de los ochenta, la industria discográfica creó oficialmente una nueva categoría de mercadeo llamada *world music* ("música mundial", música internacional o músicas étnicas en algunos mercados de América Latina). Con ello respondían al incremento en sus almacenes de grabaciones de músicas locales que no cabían dentro de las clasificaciones comerciales del mercado sonoro del momento. A través de esta categoría abordaremos la clasificación genérica como problema en el estudio de las músicas locales.

Antes de los años ochenta, las músicas llamadas folclóricas o étnicas, se vendían en el primer mundo a través de categorías de poca importancia comercial. En América Latina la historia es un poco más compleja ya que uno de los aspectos cruciales en el nacimiento de la música popular masiva fue la realización, a comienzos de siglo, de grabaciones de músicas locales. Por ello, algunas músicas que alcanzaron una difusión significativa a nivel comercial, nunca perdieron del todo su asociación con la idea de folclore. El vallenato siempre ha sido considerado una música folclórica colombiana, a pesar de que hubo una vertiente comercializante del género desde, por lo menos la década de 1940. En otros casos, como en el del son cubano, ha sucedido que su consolidación como género de música popular a comienzos de siglo, contrasta con la actual globalización del fenómeno de la música cubana. Por otro lado, encontramos que músicas que eran consideradas locales y que nunca fueron grabadas para fines comerciales, frecuentemente se producían discográficamente bajo el patrocinio de políticas culturales que las identificaban con el patrimonio folclórico de la nación o a través de institutos de investigación etnomusicológica. Lo importante para señalar aquí es el hecho de que músicas de África, Asia y las Américas que no alcanzaron masividad en el primer mundo, eran vendidas como productos relativamente exóticos y no tenían una alta presencia en el mercado. En América Latina, dicha clasificación estaba mediada por los cánones nacionales de cada país sobre el folclore y las músicas populares.

Desde su inicio, las músicas promovidas bajo el rubro de "música del mundo" van a estar marcadas por las contradictorias implicaciones políticas de la globalización de músicas locales. Cuando surge la categoría *world music*, a finales de los ochenta, su fin primordial era crear nichos de presentación y mercado en el primer mundo para músicos provenientes de los países del tercer mundo. En dicho momento, esta categoría comercial aparece vinculada a procesos claramente diferenciados de las *majors* asociados a independientes y ONGS que participan (y consolidan) de un intercambio sonoro cada vez más intenso. Esta asociación nunca desaparece del todo: hasta hoy en día, este mercado cumple la función de mediar proyectos culturales de políticas culturales alternativas. Pero esto se da a la par de otros fenómenos. Durante los ochenta y noventa fue crucial el patrocinio de estrellas de la música pop del primer mundo en la mediación y traslado de estos sonidos. Así, una música que no era visible en el campo nacional, puede adquirir visibilidad nacional, a través de un patrocinio internacional.

La circulación del patrimonio musical ya no se define exclusivamente desde el estado-nación.

En 1991, la *world music* ya aparece como categoría en la Revista *Billboard* de la industria musical como un listado (chart) oficial de la industria discográfica con cifras de ventas y anuncios publicitarios bajo su nombre. En la actualidad la "música del mundo" se ha convertido en una gran categoría comercial de mercadeo de músicas locales en diferentes partes del globo. Tiene ahora también un criterio cada vez más abarcador: en los países del norte, "música del mundo" parece ser todo lo que no sea pop, rap, rock y música electrónica de Canadá, Estados Unidos y de los países centro-europeos.

El fenómeno de *world music* como mercado de músicas locales, ha generado considerables críticas y debates entre etnomusicólogos importantes en Estados Unidos y Europa y comienza a debatirse en América Latina. El debate académico sobre *world music* podría ser resumido como una batalla entre apocalípticos e integrados: los apocalípticos denuncian las relaciones desiguales entre productores del primer mundo y músicas del tercer mundo, problemas de apropiación musical, de hibridaciones marcadas por desigualdad en la posibilidad de definición estética, ideológica y económica. Los integrados, por contraste, celebran la diversidad sonora ahora disponible, los nuevos procesos de indigenización y construcción de opciones de alternatividad para culturas desposeídas a través de la movilización de una nueva virtualidad sonora que se constituye en fundamento simbólico y económico para ONGS, movimientos sociales, y otro tipo de organizaciones basadas. En parámetros de globalización alternativa.

Gran parte de la polémica se centra en la relación desigual de poder entre el primer y el tercer mundo. Muchos de los debates son comunes a la historia social, económica y cultural de la globalización en general: procesos de hibridación, redefinición de la relación espacio-cultura, transformación de las estructuras de la industria cultural, luchas entre tradición y modernidad a través de procesos de resignificación del pasado, nuevos *sensoriums* de autenticidad, la relación de la tecnología con la creatividad, las profundas y crecientes desigualdades en el orden económico global.

Fuente original: Ochoa, Ana María. *Músicas locales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Norma, 2003.