

LOS TALIBANES DEL TROPIPOP

ANDRÉS RAMÍREZ PINILLA

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:
COMUNICADOR SOCIAL CON ÉNFASIS EN:
PERIODISMO.**

**DIRIGIDO POR:
JUAN CARLOS PIEDRAHÍTA BETANCOURT**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BOGOTÁ, 2016**

Bogotá D.C., mayo 23 de 2016

Señora Decana

Marisol Cano Busquets

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Ciudad

Respetada Decana:

Con esta comunicación, le hago entrega del Trabajo de Grado “Los talibanes del tropipop” elaborado por el estudiante del campo de periodismo Andrés Ramírez Pinilla, quien plasma en estas páginas el resultado de una extensa investigación sobre un fenómeno particular que involucra aspectos sociales, culturales y económicos.

No existe un lugar más apropiado que la música para ser el escenario de una narración llena de actitudes y acciones. El entorno mágico de una ciudad compleja como Bogotá, fue cómplice para la realización de una propuesta en la que se conjugan marcos teóricos, datos concretos y anécdotas de vida de quienes padecieron durante los últimos años procesos vertiginosos de transformación artística y social.

Con un alto grado de humildad para recibir instrucciones y comentarios, característica inequívoca de los periodistas contemporáneos, Andrés adelantó un trabajo que puede servir como materia de estudio para investigaciones posteriores en las que se aborde el comienzo, el fin y el desenlace del tropipop como propuesta sonora capitalina, sin olvidarse del rol vital que desempeñaron los medios de comunicación.

El estudiante tenía una mirada desprevenida sobre los procesos discográficos en Colombia y la convirtió en una problemática académica, que con el tiempo se potencializó al plantearse interrogantes útiles para enriquecer aún más la iniciativa. ¿De qué manera surgió el tropipop? ¿cuáles fueron las causas de la desaparición temprana del género?; y ¿por qué se gestó en Bogotá? fueron algunas de las preguntas que se formuló el alumno desde el comienzo y que optó por responder buscando expertos, conociendo aún más sobre el arte y escuchando las anécdotas de los protagonistas.

Andrés Ramírez Pinilla unificó los contenidos académicos desarrollados en las facultades de comunicación y los géneros periodísticos que tienen cabida en los medios impresos y digitales actualmente. En el Marco Teórico de “Los talibanes del tropipop” planteó una problemática real y la acompañó con una investigación en la que se develaron aspectos adicionales que fortalecieron su meta inicial.

Con este Trabajo de Grado el estudiante accede a la vida profesional del periodismo para nunca dejar de aprender sobre el oficio.

Bogotá, 23 de Mayo de 2016

Señora:

Marisol Cano Busquets

Decana Académica

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Respetada Decana:

De la manera más atenta me permito presentar mi proyecto de grado que se titula “**LOS TALIBANES DEL TROPIPOP**”, para optar por el título de Comunicador Social con énfasis en periodismo.

De antemano gracias por su atención prestada.

Cordialmente,

ARTÍCULO 23 DE LA RESOLUCIÓN No. 13 DE JUNIO DE 1946

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana

Agradecimientos

No hay una sala vacía, ni una máquina de escribir con millones de flores amarillas rondando por Macondo. Tan solo está el humo del autista mezclado con el humo del artista. Es entonces el resultado de la neblina entre las colillas muertas del cigarrillo con las del humo concebido en la tarima de un artista a la espera de sus fans o los fans a la espera del artista. Un cuadro de Bob Marley mirando fijamente la seducción entre el computador y yo el escritor, un Palo de Agua sonando a Caribe, un sombrero vueltiao sin dueño, un café caliente Bogotano y un objetivo claro: La verdad acerca del tropipop.

Un agradecimiento especial a mi familia (Mercedes, Fernando, Carolina y Carlos), por supuesto a mi asesor de tesis (Juan Carlos Piedrahita Betancourt), amigos, artistas y a los lectores que con respeto se deleitaran para disfrutar, criticar pero conservar el folclor Colombiano como propiedad de la identidad nacional.

Una investigación que respeta a los artistas y lectores a través del tono, estilo, carácter ético, periodístico, imparcial, y moralmente objetivo hacia la cultura y la música.

La tierra del olvido... (Benavides & Vives, 1995)

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO 1.....	3
-----------------	---

¿QUE ES EL TROPIPOP?

Cultura.....	3
--------------	---

Pop Y Cultura de Masas.....	4
-----------------------------	---

Música Tropical.....	6
----------------------	---

Cumbia.....	8
-------------	---

Vallenato.....	10
----------------	----

Los orígenes del vallenato.....	10
---------------------------------	----

¿Vallenato, música de acordeón, parrandera, paseos provincianos, sones magdalenenses o caratejo?	12
--	----

El acordeón.....	13
------------------	----

Tropipop

El término: “Tropipop”	15
------------------------------	----

Tropipop: Monserrate a 2.600 metros del suero costeño.....	16
--	----

Las primeras bandas de tropipop.....	19
--------------------------------------	----

Mánagers y sellos discográficos.....	21
--------------------------------------	----

Sellos discográficos independientes.....	22
--	----

CAPÍTULO 2.....	23
-----------------	----

LA RELACIÓN ENTRE BOGOTÁ Y EL TROPIPOP

Industria Cultural.....	23
-------------------------	----

Bogotá.....	25
-------------	----

Vestimenta (Siglo XX – Siglo XXI)	28
Vestimenta en el tropipop.....	29
Bogotá: “La ciudad de nadie”.....	33

CAPÍTULO 3..... 36

CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA DESAPARICIÓN DEL TROPIPOP

Industria Musical en Colombia.....	36
Medios de Comunicación: Una batalla contra el tropipop.....	38
¿Quién controla los medios de comunicación en Colombia?	41
Medios de comunicación y Cultura de masas.....	45
Periodismo Cultural.....	47
Crítica y crisis del Tropipop.....	50
Campaña de desprestigio contra el Tropipop.....	52
La defensa del Tropipop.....	61

CAPÍTULO 4..... 63

CANCIONES DEL TROPIPOP: UN DESNUDO DE LA LETRA, EL INTÉRPRETE Y EL COMPOSITOR.

Canto Caribeño.....	67
Mi Primer Millón.....	72
La mona.....	78
El parrandero.....	82
No te pido flores.....	88
Conclusiones.....	93
Bibliografía.....	100

INTRODUCCIÓN

Al escuchar la palabra Talibán, muchos seres humanos asombramos y eructando al miedo por escuchar, oler y percibir susto del terrorismo, la opresión y hasta la muerte. A comienzos del siglo XXI recién daban a luz las primeras canciones de Tropicop como Caraluna y Mi primer millón de la banda Bacilos, Niña y Canto Caribeño de la agrupación Mauricio & Palo De Agua, El cuadrito de Quarto Aparte, Te mando flores del solista Fonseca, entre otras. Mientras en Estados Unidos ocurría un desastre que acabo con millones de vidas: El 11 de septiembre de 2001, tres aviones terroristas atacaban y derrumbaban la economía más grande del mundo. Sin embargo el auge inicialmente en Colombia de un sonido bacanalmente intenso, generaba una nueva tendencia para hacer música y poner el folclor Colombiano en lo alto de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación.

Talibán tiene varias definiciones entre ellas de origen: “Persa tālibān, pl. de tālib 'estudiante', y este del ár. tālib 'buscador de conocimiento’ (RAE,2001) Y la otra definición más conocida: “Perteneiente o relativo a un movimiento integrista musulmán surgido de una escuela coránica pakistaní y desarrollado en Afganistán”. (RAE, 2001)

Esa es la razón del título de este trabajo de investigación: “Los Talibanes del Tropicop” Porque la intención es hacer una analogía entre los estudiantes de las bandas de Tropicop, que saltaron de las aulas a los escenarios y de cómo los Medios de Comunicación “Atacaron e hirieron fuertemente al género”. La intención es si los Talibanes que destruyeron el Tropicop fueron los mismos estudiantes que luego se convirtieron en artistas, es decir una autodestrucción Kamikaze. O por el contrario fue culpa de la radio, prensa, televisión, entre otros. Más que un ataque terrorista fue una avalancha que ahogo una fusión que con el tiempo se consagro como un género: Original, autóctono, patriótico, nacional y de exportación. Por lo tanto “Los Talibanes del Tropicop” son la conciencia del desagrado y anti patriotismo, cuyo collar bomba es: La Payola: Que viene del inglés “Pay for play”, es decir pagar para sonar en la radio. Una forma de soborno por debajo de cuerdas entre algunas emisoras del mundo y disqueras. Según Alejandro Villalobos, director nacional de La Mega. “En Colombia no existe ninguna ley para regular la payola, y si existiera pasaría igual que con el tema del consumo de drogas; no se cumpliría” (Semana, Revista Semana, 2013). Desafortunadamente esto no solo afecta la industria musical, sino la cultural, social, política, económica, y sociológica ¿Porque? Porque está afectando el talento y las virtudes de los menos privilegiados en cuanto a los recursos para sonar en una emisora comercial. Es por eso que las emisoras no comerciales abren sus micrófonos y frecuencias para darles la oportunidad, ilusión y expectativas a nuevos artistas. Muchas veces la industria de la música en Colombia es como la educación privada o la pública, lo cual es una idiosincrasia, discriminación e irrespeto contra la libertad de expresión que es: La verdadera libertad de la música. Que se puede considerar como el lenguaje universal del alma y el espíritu.

Por muchos años la música ha sido el instrumento que ha unido las fronteras divididas, ha sucumbido en los lugares más remotos del planeta, donde las blancas y las negras son una sola rima. Rima que empezó a desbordarse gota a gota en las calles de la capital de Colombia, una

nevera fría que abraza cálidamente a quienes deciden abrirla con suavidad o extirpar con sevicia. Esa es Bogotá.

En los años 20 el “Cachaco” o “Rolo” se destacaba una persona cortés, elegante, glamurosa, y con un humor negro que se reflejaba en su vestimenta de trajes de paño oscuros atravesados por rayas de tiza inglés, chaleco, sombrero escoces, reloj de leontina, su fular, el zapato con polainas y su sombrilla de mango francés que soportaba cualquier vendaval o tormenta. Sin embargo con el paso del tiempo el clima ya no era tan frío, las paredes bogotanas se derretían porque a su alrededor se acercaba la brisa de la playa de la tierra del olvido, lo tropical de Juan Luis Guerra el arroyo de un vallenato, que se mezclaría en el aire con las doctrinas del pop inglés, rhythm and blues, rock y el folk, dando origen Tropipop.

En el Capítulo 1 se va a definir *¿QUE ES EL TROPIPOP?* Por medio de una exhaustiva investigación sociológica, musical, psicológica, periodística y cultural, cuyo fin es darle al lector una definición fresca, actual y objetiva.

En el Capítulo 2 - *LA RELACIÓN ENTRE BOGOTA Y EL TROPIPOP* – El protagonismo de la capital Colombiana es predominante ya que es el lugar que le abre los escenarios para que este nuevo género haga parte del paladar musical no solo de los bogotanos, sino sea un producto de calidad para exportar al exterior con orgullo.

En el Capítulo 3 *CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA DESAPARICIÓN DEL TROPIPOP* – Los medios de comunicación como prensa, radio y televisión juegan un papel fundamental en el giro que da el Tropipop hacia su decadencia y humillación. W radio, Shock, entre otros medios hicieron parte de señalar, acusar y corromper un género que solo buscaba identidad nacional. Hubo muerte definitiva o tan solo sufrió de catalepsia y después resurrección.

En el Capítulo 4 *CANCIONES CON ÉNFASIS EN EL COMPOSITOR NO EN EL ARTISTA*. El compositor no siempre es el protagonista de la canción, por lo tanto en este espacio se analizaran fragmentos de algunas canciones del Tropipop, como Canto Caribeño de la agrupación Mauricio & Palo De Agua, Mi primer millón de la banda Bacilos, Hoy de la banda Bonka entre otras.

CAPÍTULO 1

¿QUÉ ES EL TROPIPOP?

Cultura

Durante años el término Cultura, ha sido definido por diferentes instituciones y ámbitos políticos, religiosos y educativos, entre otras instancias. Su determinación surge a partir del hecho de que la cultura puede ser individual y colectiva. Un modelo de cultura individual es un recorrido musical hacia diferentes géneros (rock, pop y reggae, entre muchos otros), en donde aspectos como la letra, el intérprete, el compositor, los instrumentos, la melodía y la métrica labran una relación cultural entre el artista y sus fans.

Un ejemplo de cultura colectiva es un viaje hacia otro país, conocer nuevas costumbres, idioma, ideología, religión, arte, economía, es decir una sociedad donde habitan humanos pero en otro contexto. Entonces, ¿una cultura individual puede convertirse en una cultura colectiva? Por supuesto que es posible que dos corrientes desemboquen en un mismo río, esto se debe a que la cultura es libertad.

“La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella, el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se

reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden". UNESCO (1982)

Esta definición guarda el respeto por el espíritu, alma y cuerpo del ser humano porque considera la sociedad no solo como un componente del mundo sino como un actante del universo y la transforma en una cultura colectiva. Conjuntamente la ética y moral de la humanidad tienen características arraigadas al razonamiento y conciencia de una expresión plasmada en una cultura individual. Asimismo, la cultura colectiva e individual coinciden en un mismo cosmos cultural: una cultura pública. *“La cultura es pública. Aunque contiene ideas, la cultura no existe en la cabeza de alguien; aunque no es física, no es una entidad oculta. La cultura es pública porque la significación lo es. Decir que la cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente hace cosas tales como señales de conspiración y se adhiere a éstas, o percibe insultos y contesta a ellos no es lo mismo que decir que se trata de un fenómeno psicológico (una característica del espíritu, de la personalidad, de la estructura cognitiva de alguien)” (Geertz, 1987)*

Pop y Cultura de Masas

El pop nació a mediados de los años 50 como una forma de significación, alma y creación de su padre: el rock and roll. Girar y girar por los rezagos y virtudes del odio en el siglo XX por contrastar el rock con el pop, lo cual es una apuesta a la discriminación e irrespeto hacia el blues, cuyos orígenes se remontan a la época de la esclavitud, que se manifestaba y expresaba en los ecos y resonancias de la música africana occidental como una forma de las repercusiones causadas por la depresión y melancolía, de una opresión que clamaba libertad.

“Estilo musical de origen angloamericano nacido al final de los años cincuenta del siglo XX, caracterizado por la creación de canciones de ritmo marcado acompañadas de instrumentos eléctricos y batería, y que busca lograr una gran difusión comercial”
(RAE, 2001)

Dicen que “Las comparaciones son odiosas” por lo tanto comparar el rock con el pop, es como comparar a The Beatles con The Rolling Stones. No tiene ningún sentido ya que ambas bandas tienen su sello personal. Una herramienta muy útil en el siglo XXI, que ponen en práctica algunas bandas y solistas: La originalidad. *“En la base de cualquier distinción crítica entre la música «seria» y la «popular» subyace una presunción sobre el origen del valor musical. La música seria es importante porque trasciende las fuerzas sociales; la música popular carece de valor estético porque está condicionada por ellas (porque es «útil» o «utilitaria»).* (Frith, 2001).

El pop y la cultura de masas se caracterizan porque son fenómenos intensivos, grandes, públicos, multitudinarios, que traspasan las fronteras y muros que el hombre ha construido, con fines como la protección y seguridad nacional. Sin embargo, esas fronteras, murallas y telones de acero como el muro de Berlín. Este último no solamente fue derribado el 9 de noviembre de 1989 y tenía una altura de 3,6 metros, su demolición cambió no solamente la forma política, religiosa e ideológica de Alemania, sino del mundo. Canciones como “Wind of Chance”, de la banda Scorpions; David Bowie y su canción “Heroes”; Elton John con “Nikita”, Nino Bravo con “Libre”, Joaquín Sabina con “El muro de Berlín”, Pink Floyd con “The Wall”, así lo demuestran. Se trata de letras que expresan la reconciliación de un país, pero sobretodo canciones que tienen como objetivo inmiscuirse en los sentimientos y emociones de los seres humanos. Ante un acontecimiento político, social y cultural como la caída del muro de Berlín, el fin de la guerra fría, los músicos aprovechan sus acontecimientos para expandir su repertorio de

canciones, pero sobretodo que ese repertorio busque contribuir a una simbiosis entre política, música y cultura. Esa asociación entre política, música y cultura, se evidencia en los conciertos para un fin: La paz de una sociedad. ¿Cómo? A través del lenguaje de la música, el discurso político y la recepción de la sociedad.

Por lo tanto aquella recepción de la sociedad, está fundamentada en los tres tipos de culturas: Por un lado, la cultura individual del oyente, televidente y receptor; la cultura colectiva del tipo de expresión en el discurso y poder de convencimiento; y finalmente la cultura pública entre el lenguaje popular y el género musical (pop). Por Consiguiente:

“La cuestión que debemos responder no es qué revela la música popular sobre los individuos sino cómo esta música los construye. Si partimos de la premisa de que el pop siempre expresa algo, nos quedaremos bloqueados en la búsqueda del artista, la emoción o la creencia «reales» que se ocultan tras él. Pero la música popular no es popular porque refleje algo, o porque articule auténticamente algún tipo de gusto o experiencia popular, sino porque crea nuestra comprensión de lo que es la popularidad. El término más equívoco en la teoría cultural es, en efecto, el de «autenticidad». Lo que debemos examinar no es cuán verdadera es una pieza musical para alguien, sino cómo se establece a priori esa idea de «verdad»: la música pop de éxito es aquella que logra definir su propio estándar estético” (Frith, 2001).

Música Tropical

“La música que vino a llamarse –originalmente desde una mirada externa- “tropical”, no llegó a “cristalizar”, como forma de expresividad sonora propia, sino hasta el periodo atravesado por las profundas contradicciones que acarreo –parafraseando a Walter Benjamín-

la reproducción mecánica del arte de los sonidos. Es decir, hasta el surgimiento del disco y la radio (y posteriormente la vellonera –rocola o Wurlitzer- el cine sonoro, la televisión...) Aunque los procesos asociados a su reproducción mecánica son parte fundamental de lo que esta música es, ella no es producto sólo de esas prácticas, sino de una larga trayectoria histórica que se remonta a otras experiencias anteriores que remiten a la formación misma de las sociedades caribeñas” (Rivera, 1998)

Históricamente el término “Música Tropical” hace referencia al trópico y al Caribe. Las primeras semillas de este género musical fueron sembradas por los esclavos provenientes de África, quienes estaban bajo el mando del régimen de la corona española. En Estados Unidos, la música afroamericana se caracterizó por géneros reconocidos y aclamados por la crítica como el blues, el jazz y góspel.

Por otra parte, en países como Trinidad y Tobago se originó el Calipso; en Brasil el bossanova; en Puerto Rico la salsa (aunque hay gente que dice que nació en Nueva York); en República Dominicana la bachata y merengue, en Jamaica el reggae y el ska); mientras en Colombia, Panamá y Venezuela se originó el vallenato y la cumbia.

Este proceso de masificación del género (Música tropical) hizo que aquellas semillas, sembradas en un comienzo por las negritudes, se convirtieran con el paso del tiempo en música de esclavitud a libertad. Cada género más que cantar una canción, expresa y cuenta una historia. Historias que transmiten de generación en generación, las tradiciones de un pueblo y el folclor de un país: La cumbia.

Cumbia

El término Cumbia, significa “*Danza popular de Colombia y Panamá, una de cuyas figuras se caracteriza por llevar los danzantes una vela encendida en la mano*” (RAE, 2011)

Este género es un modelo, muestra y orgullo cultural de la jactancia de las raíces colombianas, la austeridad de las negritudes africanas, los indígenas y los blancos. El repertorio de la cumbia es muy amplio y cuenta con canciones de gran reconocimiento nacional e internacional como “La piragua”, cuyo compositor es José Barros, “Colombia tierra querida” compuesta por Luis Eduardo Bermúdez, “La pollera colorá” de Wilson Chipereña y Juan Madera, “La cumbia cienaguera” de Luis Enrique Martínez, “La cumbiamberita” de Ignacio Paredes, “Cumbia soledeña” de Marino Barrios, entre muchas otras. Algunas son canciones románticas, otras tristes, alegres, hacendosas, pero sobre todo se guarda el respeto por el baile, la conquista y el folclor del papel de la mujer indígena en la cumbia, yaciendo como una herencia africana, colombiana y española para generaciones futuras e influencias en el siglo XXI como ocurrió con el tropipop.

La cumbia se caracteriza por la alegría, el jolgorio, y la sagacidad de lograr que un tambor alegre, un llamador, una tambora, un guache (o maracas), hojita de limón y una flauta de millo (o gaitas) transporten con sus acordes, tonalidades, ritmos, letras y melodías, hacia un paraíso terrenal como lo es Colombia, que se caracteriza por defender la raza, el folclor, la cultura, las costumbres, su sangre y la emancipación de las costas, frente a la esclavitud y conquista española. Para finalmente vencer y triunfar en la libertad e independencia.

Por lo tanto dentro del movimiento de la música tropical, hay que preponderar la influencia de la cumbia en el tropipop. Este legado fue inspiración para el cantautor samario

Carlos Vives en su álbum “La tierra del olvido”, publicado el 25 de julio de 1995. Se trata de un trabajo discográfico relevante para la escena del tropipop porque en su contenido se mezclan géneros como el vallenato, el pop, la cumbia y el rock. Un álbum integrado por canciones como “Pá Mayté”, “Fidelina”, “La tierra del olvido”, “Zoila”, “Rosa”, “Agua”, “La cachucha bacana”, “Diosa coronada”, “La puya puyá”, “Ella”, y “Jam en jukumey”.

Cabe destacar que este trabajo discográfico influenció a bandas como Mauricio & Palo de agua, con su álbum “Canto caribeño” en el 2004. En agrupaciones como Sin Animo de lucro y Bonka, que utilizan el acordeón para aventurarse con el pop. Fanny Lu, que quiere experimentar con un vallenato – pop o la banda Bacilos, que deciden recuperar un sonido más rock-pop. Sin embargo, es necesario aclarar que:

“La música tropical abarca sonoridades desde principalmente del Caribe hispano; expandiendo este concepto desde su centro’ Cuba, la República Dominicana y Puerto Rico-, hasta sus fundamentales periferias: Veracruz, Mérida, y la capital –el DF- en México; Panamá, Colombia, Venezuela, tal vez Guayaquil en Ecuador y El Callao en Perú, y, definitivamente, la diáspora latino-caribeña en los Estados Unidos –particularmente, Nueva York.” (Rivera, 1998)

¿Entonces el tropipop es lo mismo que la música tropical? No es correcto, el tropipop es un género que se influenció de la música tropical, pero musical, sociológica y culturalmente son diferentes. La música tropical es independiente y tiene su propia historia a lo largo de los años, siendo primordial en las interpretaciones de Carlos Vives, Juan Luis Guerra, Lucho Bermúdez, Héctor Lavoe, Rubén Blades. Es decir que el merengue, la salsa, la cumbia y el vallenato, son parte de este conjunto que se denomina música tropical. Por lo tanto, “La sociología histórica de la música tropical” requiere trascender los límites de las fronteras nacionales, que tradicionalmente han enmarcado los estudios históricos y las ciencias sociales” (Rivera, 1998)

El tropipop admira y respeta las raíces y el legado de la cumbia, ya que es un género cortés y comprensivo con el folclor del mundo y el colombiano. Y reconoce también afectuosamente los bailes típicos colombianos como lo son bambuco, joropo, mapalé, sanjuanero, abozao, bunde, currulao, la jota, mazurca, la moña, bullerenge, pasillo, sere-sé-sé, garabato, farotas y por supuesto la cumbia.

Vallenato

El vallenato esta inmiscuido entre Caciques, Dioses y Leyendas, es por ello que el origen del género, tiene muchas falacias y verdades. El vallenatos antes del acordeón estaba compuesto por cantos campesinos que mientras trasladaban el ganado de un lado al otro, entonaban en notas menores para poder tranquilizar a los animales y poder trasladarlos. También el clima tropical, las temperaturas extremas de calor, generaban cansancio y hacían que los trabajadores en los potreros, los obreros y jornaleros, cantaran historias de vida, amor, ideología, pero lo más importante es que asentaron en Colombia, un género que según la UNESCO es Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad.

Los orígenes del Vallenato

El vallenato hace parte del folclor musical, cultural, social y político colombiano. Hay que tener en cuenta que las letras y canciones de los campesinos, eran reconocidos a través del voz a voz, de generación en generación. Es decir todo un proceso tradicional y vanguardista, que relaciona la política y el vallenato, como se evidencia en esta entrevista donde el ex – presidente *“Alfonso López Michelsen recordó las épocas en que se bailaban las colitas. En Valledupar cuando los patrones de una casa hacían una fiesta esta era con música europea (polcas y valeses), pero bien entrada la noche la servidumbre hacían lo propio pero con guacharaca y*

caja. El dueño de casa se "pegaba" a esta fiesta al final. Y hacia valer su derecho sobre las muchachas del servicio” (Vallenato, Valledupar, 2001)

Muchos señalan que el vallenato se originó a partir de la llegada del acordeón que es de origen polaco, sin embargo eso es ilusorio y falso. Sin duda su núcleo es campesino. Además es un género que resalta la pulcritud entre sus composiciones, letras, intérprete, voz y un acantilado de emociones. Por ejemplo, “Desde las sabanas del Valle de Upar, Alejo Durán se consolidó como uno de los intérpretes de los cantos campesinos que se convirtieron en vallenato. Antes de finalizar la década de los años 60, Alejandro Durán Díaz, se dedicaba a las labores del campo, es más, a las tareas de ganadería y cuidado en algunas fincas en lo que hasta ese entonces era el Magdalena Grande” (ElCampesino.co, 2016)

A finales del siglo XX una canción se convertiría en un himno para Colombia e Hispanoamérica: “Los caminos de la vida”, compuesta por Omar Geles, un símbolo en el vallenato, interpretado por la agrupación Los diablitos (Omar Geles en el acordeón y Miguel Morales en la voz) perteneciente al álbum “Sorpresa Caribe”, lanzado en 1993. También una versión en otros géneros como lo es el rock nacional argentino, que mediante la interpretación de Vicentico (Voz líder de los Fabulosos Cadillacs), es un ritmo que mezcla cumbia argentina, vallenato, rock y pop.

“Los aires de la música vallenata tradicional tienen sus orígenes en las antiguas provincias del Magdalena Grande. Durante la llegada de los españoles, mientras se fundaban ciudades, villas y aldeas en tierras de la región Caribe colombiana y se iniciaban los procesos de poblamiento por parte de los colonos con sus esclavos africanos en las inexploradas montañas y sabanas, se fueron generando diversos e inimaginables procesos interculturales. (...) Los Cantares vallenatos nacieron de la

unión de las culturas indígenas y africanas, que fueron obligadas, por los invasores españoles, a utilizar la lengua castellana. En sus orígenes, las músicas se interpretaban con los instrumentos musicales propios de las culturas nativas y africanas: gaitas cabeza de cera, maracas, pequeños tambores indígenas de doble parche cuya percusión se realiza con baquetas de madera, guacharacas, tambores de un solo parche de origen africano, el golpeteo de las palmas de las manos para la marcación rítmica, voces y coros.” (LA MÚSICA, 2013).

¿Vallenato, música de acordeón, parrandera, paseos provincianos, sones magdalenenses o caratejo?

Un cuestionamiento que está arraigado a las declaraciones de la investigadora antioqueña Consuelo Posada Giraldo. Exploración e indagación que nutre a partir de los testimonios de Andrés Landero, célebre compositor vallenatos; Abel Antonio Villa, primer acordeonero que realizó un grabación musical; y Pacho Rada, reconocido compositor y acordeonero.

“La investigadora antioqueña Consuelo Posada Giraldo comenta en un artículo en la Gaceta de Estudios de Literatura colombiana N° 10 (Enero-Junio 2002), (...) Abel Antonio Villa, el primer acordeonero que realizó, hacia 1946, una grabación comercial con composiciones personales, aclaró que la música “que hoy es llamada vallenato”, en los treinta y cuarenta era conocida como “música de acordeón” (Villa, 1999, 10, 14). Andrés Landero, uno de los más importantes compositores sabaneros, recientemente fallecido, explicaba que el término “vallenato” es nuevo, y agregaba que antes se conocían como “paseos provincianos” o “sones magdalenenses” (Landero, 1999,30). Finalmente, Pacho Rada, compositor de Plato, Magdalena, y el primer acordeonero que participó, en 1935, en el programa radial “La Voz de la Patria”, Barranquilla, anotó que en su época a esta música vallenata se la llamaba “parrandera” (Rada,

1999). (...) Esta palabra se usaba, en ese momento, como sinónimo del término popular “caratejo”, para llamar a los individuos afectados por la despigmentación de la piel. (Quiroz, 1983, 16)”¹. (LA MÚSICA, 2013).

El acordeón

Los inmigrantes alemanes llegaron con el instrumento que le da la identidad al Vallenato: el acordeón. Un instrumento de viento y origen polaco *“En 1831 Isoard Mathieu reemplaza los acordes de cada botón por dos notas individuales que se producían una al abrir y otra al cerrar el fuelle; es así dotado de dos escalas diatónicas (es decir sin semitonos) lo que da lugar al Acordeón diatónico. En 1834, Foulón añade las alteraciones creando el primer acordeón cromático. Pero la evolución del instrumento continúa y en 1854 Malhaús Bauer fabrica el acordeón piano, sustituyendo los botones por teclas, llamado piano del pobre; y en torno a 1880 se le añade un segundo teclado, en la parte derecha, compuesto por cuatro botones que permitían dar dos acordes cada uno como acompañamiento a la melodía. Así se crea el acordeón diatónico, que ha llegado hasta hoy en la tradición musical de casi todos nuestros pueblos”*² (Gámez, 2012) Sin embargo el acordeón era tildado de ser un instrumento agresivo, peligroso y bélico en la época del Romanticismo y Nacionalismo, ya que no era conservador ni tradicional, por el contrario moderno y criticado por muchos como por Felipe Pedrell, compositor y etnomusicólogo, Español, que describía el acordeón como *“Este instrumento portátil, de viento, consiste en dos pequeños fuelles de mano, a un lado de los cuales está*

adherida una tabla, que contiene distintas teclas o pistones. Estos pistones, al comprimirse, se abren ciertas válvulas (...) el instrumento de que se trata no pasa de ser un juguete que el abuso ha convertido en incómodo” (Pedrell, 1900). No obstante, el vallenato como género y el acordeón como instrumento son el complemento perfecto para influenciar al tropipop, por su armonía, calidez, alegría y melancolía. A pesar de que hay críticas al vallenato, también hay que resaltar los aspectos positivos que poseen este género como Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad según la UNESCO. Por lo tanto este tesoro musical, cultural, social, folclórico entre otros: *“Requiere medidas urgentes de salvaguardia. (...) Actualmente, la viabilidad de este elemento del patrimonio cultural afronta una serie de amenazas, en particular las derivadas del conflicto armado existente en el país, exacerbado por el narcotráfico. Además, un nuevo tipo de vallenato está marginando el género musical tradicional y atenuando el papel que éste desempeña en la cohesión social. Por último, cabe señalar que cada vez se usan menos los espacios callejeros para las parrandas vallenatas, con lo cual se corre el peligro de que desaparezca un medio importante de transmisión intergeneracional de los conocimientos y prácticas musicales”* (UNESCO, 2015). Esta definición y apelativo otorgado por la UNESCO, es un llamado de atención para que la sociedad colombiana y el mundo, protejan las costumbres y el folclor de un sonido sabio, que está a punto de desaparecer en su versión original. Más allá de que el vallenato conserve, transmita y salvaguarde, las raíces de un país como Colombia. Lo importante es expresar a través de un acordeón diatónico bien afinado, un cantante con sentimiento y por supuesto los otros instrumentos del género vallenato: La caja y la guacharaca, las congas, la armónica, flauta, el bajo, los timbales y la guitarra. El amor patrio.

Los matices y colores que le dan aún más vida al género vallenato son las voces, los ecos y el sentimiento de reconocidos exponentes del siglo XX como Alejandro Durán, Rafael

Escalona, “Colacho” Mendoza y Emiliano Zuleta. De otro lado está el vallenato de la década de los 80 con artistas como Diomedes Díaz, Jorge Oñate y el Binomio de Oro. El vallenato de la década de los 90 representado por personajes como Iván Calderón, Los Diablitos y Los embajadores. Diez años después, a comienzos del siglo XXI llegaría el vallenato conocido como “La Nueva Ola” que incursionaría poco a poco en la tierra del valduparence Kaleth Morales, el guajiro Silvestre Dangond y Martín Elías, uno de los herederos de Diomedes Díaz.

Luego de mencionar estos intérpretes, cantantes y compositores, hay que recordar que un samario se ganó el reconocimiento del mundo con su álbum “La tierra del olvido”, un reconocimiento que se le hizo a Carlos Vives al declararlo embajador del vallenato. Y por supuesto resaltar la labor de los “Caminos de la vida” compuesta por Omar Geles.

Finalmente, los aportes del vallenato, música de acordeón, parrandera, paseos provincianos, sones magdalenenses o caratejo, son sin lugar a dudas: “Los Cantos de Vaquería a la canción vallenata, se refiere al desarrollo de la estructura narrativa en los textos literarios. Procesos semejantes a este se presentaron entre los pescadores que habitaban las zonas inundadas a orillas de los grandes ríos, así como entre los obreros dedicados a descuajar montañas, a limpiar potreros y cortar la caña en las haciendas y estancias paneleras. En esos sitios nacieron los Cantos de tamboras, de origen africano, los Gritos de monte, los Cantos de zafra o de Monte y el perfeccionamiento de la improvisación y la construcción de las décimas por parte de nuestros campesinos” (LA MÚSICA, 2013)

Tropipop

El término: “Tropipop”

La palabra “tropipop”, surge a partir de una entrevista realizada bajo la dirección del periodista Antonio Cásale en el año 2004, en la emisora 40 Principales a la banda colombiana Mauricio & Palo de Agua. Esta agrupación bogotana, fue nominada a los premios Grammy Latinos como Mejor Nuevo Artista, junto a los mexicanos Akwid, el puertorriqueño Obie Bermúdez, la braseleña María Rita (Ganadora) y desde Cali, Colombia, la banda Superlitio.

Previo a la quinta entrega anual de los premios Grammy Latinos 2004, en medio de la entrevista radial entre Antonio Cásale, un reconocido periodista en ese momento de la cadena 40 Principales, (Colombia) y Mauricio Rodríguez (vocalista y líder de la banda Palo de agua) quien entre sentimientos encontrados de felicidad y alegría por la nominación y el reconocimiento de la Academia Latina de Artes y Ciencias de la Grabación, crea una confianza entre el género periodístico (La entrevista) y la música, es decir que periodista y artista indagan a qué género pertenece el álbum y la música de Mauricio & Palo de Agua, ya que el ritmo y la melodía pertenecían a la música tropical. Sin embargo, al estar junto, al merengue, la bachata, salsa, el vallenato, entre otros, era una música considerada como tropical pero a la vez con gran descendencia e influencia por parte del género pop, entonces Mauricio Rodríguez le contesta al periodista Antonio Casale, “Mauricio & Palo de Agua es tropipop”.

Tropipop: Monserrate a 2.600 metros del suero costeño

El tropipop es un género musical colombiano que se nutrió a partir de las influencias de otros ritmos, culturas, instrumentos y entorno. Como la cumbia, salsa, reggae, rock, pop, música tropical y vallenato. Los instrumentos bases que predominan en este género son: una guitarra acústica y eléctrica, una batería, un bajo y un acordeón. Todo un majar de ritmos para deleitar el paladar musical y escuchar un movimiento que tiene un precursor, Carlos Vives, a quien llaman “El Patrón”. Un samario, que nació el 7 de agosto de 1961, con su llegada al interior del país

(Bogotá) tendría los ingredientes para convertirse en actor, cantautor y embajador de fusionar el vallenato, cumbia, pop latino, rock latino entre otros géneros e influenciar a lo que seis años después del lanzamiento de su álbum “La tierra del olvido”, sería el tropipop.

Por otra parte la banda Distrito Especial conformada por (Carlos Iván Medina, Einar Escaff y Bernardo Velasco) influenció al cantautor Carlos Vives, en su carrera musical y en su álbum “La tierra del olvido” que contó con la participación de la agrupación “La provincia”, conformada por ex miembros de Distrito Especial, entre otros músicos. Esta última agrupación sería la que acompañaría a Carlos Vives en sus conciertos, giras, proyectos y reconocimiento nacional e internacional. En una entrevista a la revista Semana en el año 2002, Vives, asegura que: “Su patrón fue el grupo de rock bogotano Distrito Especial (donde tocaba Carlos Iván Medina junto con el guitarrista Bernardo Velasco y el baterista Einar Scaff). Es la banda de rock colombiano que a mí más me ha gustado porque era muy cercana a la corriente del rock argentino pero con temáticas nuestras. Incluso ellos ya mezclaban tamboras y gaitas. Bernardo Velasco y Ernesto Ocampo (ex guitarrista de La Provincia) descubrieron el patrón roquero de la cumbia en la guitarra eléctrica Stratocaster”.

Carlos Iván Medina ex – tecladista de las bandas Distrito Especial, Bloque de búsqueda y La Provincia, es considerado como uno de los teclistas más representativos de Colombia durante la década de los 90, afirmó: “Mucho antes de Carlos Vives ya el germen del mal llamado “tropipop” existía en bandas de los 60 y 70 como Génesis, Los Amerindios o Cascabel (me refiero a la fusión folclore Colombiano-rock), y a finales de los 80 puntualmente (y allí tengo que hablar en primera persona), Distrito Especial; solo que para aquel entonces las disqueras eran una trampa en la cual firmar un desigual contrato para acabar en una estantería o en un

catálogo sin apoyo ni promoción, para que así las compañías de discos acabaran con cualquier brote de competencia contra sus artistas anglos” (Medina, 2014)

La influencia de Distrito Especial como una banda con propia identidad y originalidad, estampó el sello personal de Carlos Vives, que luego sería un sello colectivo junto a su banda La provincia. Estas influencias, géneros, músicos, compositores y hasta el show en vivo, son evidentes en el origen del tropipop, ya que son una amalgama junto con la cumbia, el vallenato, rock, pop, entre otros, para irle dando vida, originalidad y reconocimiento a los éxitos radiales del tropipop. Éxitos radiales que tienen cinco procesos: El primero es la creación de la letra por parte del compositor. En segundo lugar, la identidad en la voz por parte del intérprete. Tercero la banda (guitarrista, baterista, acordeonero, piano, bajo, etc.), que recopilan la influencia de cada uno para aportar su ingrediente personal a la banda en la creación de la melodía. En cuarto lugar, el “voz a voz” es fundamental para el “Reconocimiento underground” de la banda o solista, es decir en su círculo de amigos cercanos, familiares, conocidos y allegados. Proceso que desata a un quinto proceso: el interés y reconocimiento por parte de los sellos discográficos, los mánagers y las disqueras. Y finalmente un proceso que no tiene enumeración, condición, tan solo suerte, destino, disciplina y vocación: El éxito.

Por ejemplo canciones como “Niña” de la agrupación Mauricio & Palo de Agua, comenzó como éxito en el colegio del vocalista (Mauricio Rodríguez) y ex bajista de Manduco y Palo de agua (Jorge Gutiérrez): El Gimnasio Moderno, ubicado en el norte de Bogotá. Al igual que la canción “La Mona”, de la banda Bonka, del colegio Gimnasio Campestre y muchas otras canciones. Poco a poco se van expandiendo hacia todos los colegios de la ciudad de sur a norte y de norte a sur. Es decir que en el interior del país, estaba ocurriendo un fenómeno cultural, liderado por los estudiantes que lo vivieron como un movimiento de madurez musical, social y

cultural. Desde la arenera, las aulas de clase, el recreo, la cafetería, el pasto, una cancha de básquet o de fútbol, hasta los escenarios, las cámaras, medios de comunicación, fama, fiesta, fans, dinero, conciertos, giras y lujos.

No obstante otros espacios como La tea, un restaurante y bar ubicado en el norte de la capital, hizo parte del origen de bandas de la escena del tropipop, pop, rock, salsa, merengue y otros géneros, ya que era un espacio para exhibir sus trabajos discográficos, canciones inéditas y covers. También por ejemplo en las discotecas ubicadas en “La zona G”, La “T”, “La 85, la 93”, Usaquén, Suba, Chapinero, La soledad, Teusaquillo, etc.

Afortunadamente las salas de ensayo les abrieron las puertas y oportunidades a reconocidos músicos, por ejemplo Jam Session, un lugar para experimentar, grabar y producir canciones. Su dueño es el baterista de Mauricio & Palo De Agua, “Coque Arango”. Además hay que tener en cuenta los espacios públicos como la calle o el servicio público. Según Manuel Adolfo Espejo Mojica, licenciado en música – UPTC, en su texto *“El paisaje sonoro y la música en la red cultural Surge otra fuerte presencia musical en el llamado “tropi – pop”, dentro del cual se desempeñan un gran número de representantes de la cultura urbana nacional. Si bien el pop, el rock y los mencionados vallenato y tropi – pop son parte importante del paisaje sonoro de los andes colombianos.”* (Mojica)

Las primeras bandas de tropipop

Al inicio del siglo XXI en Bogotá, comenzó un auge por el tropipop en los colegios, emisoras, disqueras y universidades. Bandas como Bacilos, Cuarto Aparte, Fonseca, Mauricio & Palo De Agua, Bonka, Sin Animo de Lucro, Fanny Lu, Tinto, Kema, Wamba, Majua, Sebastián Yepes, entre otros, crecían abismalmente de estudiantes a artistas. Es decir de ver al maestro

desde una silla de madera con un lápiz en la mano, a que el maestro los viera en un auditorio o concierto pero ya no con un lápiz, sino con un micrófono en la mano. Pero mientras ese “Empirismo musical” tomaba fuerza y protagonismo en los medios de comunicación, el auge llegaría cuando disqueras como Emi Music, Warner Music, Universal Music y Sony Music, se interesarán por los contenidos de estos adolescentes. Pero no sería el artista quien decidiera ¿Qué voy a hacer o para dónde voy? Eso es responsabilidad del representante o mánager, cuya función es como la de un ángel guardián, custodiar cada contrato, siglas, marketing, promociones, publicidad y conciertos, para que todo salga bien, y tanto artista como mánager y disquera queden en buenos términos.

Luego del reconocimiento de todo el país sería un gran impulso para exportar un nuevo género. Pronto la Academia Latina de Ciencias y Artes de la Grabación reconocería el esfuerzo de algunas bandas a través de nominaciones y algunos ganadores de los Latín Grammy’s: Mauricio & Palo de Agua (Nominado a mejor nuevo artista - 2004), Bacilos (Disco del año: “Mi primer millón” / Álbum del año: “Caraluna” / Canción del año: “Caraluna” y Mejor álbum de pop por un dúo o grupo con cantantes 2003), Fonseca (Mejor canción tropical: “Te mando flores”), Fanny Lu (“No te pido flores” – Mejor Canción Tropical), ente otros artistas. Según Sánchez, G. N. Pablo Seman y Pablo Vila, 2011. En cuanto a gustos musicales, se siguió el camino de una sensibilidad más próxima a la clase media del interior, que a la clase obrera de la costa. Como etapa evolutiva el “tropipop”, variante de la cumbia, funciona de forma contradictoria. Por un lado para hacerse acreedor de la popularidad, el grupo apela a lo tradicional del género musical, superando la barrera de clase y etnia. Pero los ataques han venido desde este mismo aspecto, pues se le acusa de haber diluido la cumbia y el vallenato como expresión del folclore nacional colombiano. El autor, sin embargo, le reconoce al género la

expansión identitaria, más allá de lo establecido por las clases dominantes, y el aspecto problemático lo encuentra en que estos cambios han favorecido a las clases más acomodadas. Pues el género pasó de ser un instrumento de resistencia cultural a un instrumento de hegemonía nacional. Con lo cual devino en “aglutinador de un nuevo sentido de nación”, próximo al advenedizo espíritu pluricultural de la Constitución de 1991.

Mánagers y sellos discográficos

Sellos discográficos como Universal Music Group, Warner Music Group, Sony Music, Emi Music (Quebró en el 2012), Machete Music y otros sellos independientes se encargan de fortalecer al artista a nivel nacional para luego proyectar su carrera internacional, a través de una estrategia de marketing, la masificación de discos, publicidad, posicionamiento en el mercado musical, entre otras. Estas estrategias se logran gracias a una excelente estabilidad en la estructura de las compañías discográficas, cuya responsabilidad es del CEO (Presidente de la casa disquera). Sin embargo departamentos en el sello discográfico como el jurídico, las licencias y ventas, son fundamentales para entablar una buena relación entre el interprete, compositor, los miembros de la banda, mánager y por supuesto los seguidores (Club de fans).

Respecto a las funciones específicas de cada rol en la compañía, se destacan “El CEO (...) se encargará de velar por todos los asuntos corporativos así como del manejo y dirección de todas las disqueras o filiales bajo su sello. En segundo lugar está el Legal Department (Departamento Legal): este departamento es responsable de todos los contratos que se realizan entre el sello y el artista, así como contratos entre la compañía discográfica y otras compañías. En tercer lugar está el Business Affairs Department (Asuntos y Negocios Corporativos): se encarga de las finanzas; contabilidad, nómina, etc. En cuarto lugar está el A&R Department (Artistas y Repertorio): durante muchísimo tiempo éste era uno de los puestos más cotizados en

la industria de la música. Ellos eran los encargados de descubrir, localizar y firmar a nuevos talentos. Este departamento trabaja directamente con el artista en la selección de canciones, productores, y el de estudio grabación en él se realizará el disco. En quinto lugar se encuentra el Artist Development Department (Desarrollo del Artista): se encarga de supervisar la planificación y carrera de los artistas que han sido firmados. Coordina una presencia consistente de promoción durante toda su carrera bajo el sello discográfico. Este departamento ha cambiado en la última década, ya que muchas disqueras han optado por eliminarlos del todo; otros han cambiado el nombre por el de Desarrollo de Productos enfocando sus esfuerzos en “pegar” (hits)” (Marquez, 2014).

Sellos discográficos independientes

Carlos Vives, es un gran referente de los sellos discográficos independientes, como se evidencia en el álbum “La tierra del olvido”, que pertenece a los sellos discográficos Sonolux y Gaira Música Local. Fue lanzado al mercado en el año 1995 y producido por Carlos Vives, Richard Blair, Ernesto Ocampo, Luis Ángel Pastor, Iván Benavides, Álvaro Duque y Manuel Riveira.

“Las disqueras más pequeñas, deben organizar la labor de promoción, venta y publicidad de sus lanzamientos con un grupo de trabajo reducido, en estos casos los equipos de trabajo no solamente cumplen una función en específico, sino que abarcan una serie de responsabilidades ligadas a más de un departamento. Llevar un sello discográfico, es sin duda, un trabajo muy costoso y que demanda mucho tiempo y pasión por lo que se hace, se debe ser visionario. Una de las razones por lo que pocos sellos independientes tienen éxito se relaciona por la visión de negocios que el equipo pueda tener. Se necesita una gran cantidad de dinero, y una gran cantidad de tiempo para operar una compañía discográfica legítima. Cuanto más investigación y

planificación realice un sello joven antes de saltar al mundo de la comercialización de la música, mayor será la probabilidad de sobrevivir, y tal vez incluso prosperar en un negocio muy competitivo” (Marquez, 2014).

CAPÍTULO 2

LA RELACIÓN ENTRE BOGOTÁ Y EL TROPIPOP

Industria Cultural

“La industria cultural en Colombia, al igual que en otros países, fluye por circuitos comerciales, muchos de ellos masivos (Rey, 2003:21), característica esencial para una industria que forma parte de la cotidianidad de las personas. De allí que esta industria derive su importancia más allá de su poder económico, y se centre en su relación con los procesos que se desprenden de sus manifestaciones: la diversidad, la identidad, la memoria y participación social (Rey, 2003:22) (...) En nuestro país se observa una inversión industrial muy baja y debilitada, sumada a la construcción frágil de un mercado nacional, debilitado igualmente en los espacios donde se hace comunicación” (TORRES, 2007)

La industria cultural es un hito esencial al momento de indagar, criticar, dialogar o plantear cualquier juicio de valor acerca de la industria musical. Por lo tanto la industria cultural es el conjunto de percepciones, realidades y enigmas, que están evolucionando a raíz de las transformaciones e innovaciones de una sociedad. Entonces ¿El tropipop hace parte de la Industria Cultural de Colombia? Por supuesto, este género hace parte de la construcción de identidad y paralelismo no solo en Colombia, en otros países como Estados Unidos, Ecuador, Perú, Venezuela y Bolivia. Es decir que gracias a su masificación logró tener un ímpetu a nivel global. Sin embargo, esa “Globalización” del género asustó a más de un artista, ya que algunas

veces el éxito hace que los artistas tomen malas decisiones. La gente actúa, consume, observa, escucha y vive los contenidos musicales a su manera y bajo sus propios parámetros de pausa, adelanto o reproducción. Ahí es cuando la economía política de la comunicación, plantea un paralelo entre las doctrinas de agrado individual y uso colectivo en las industrias culturales.

Respecto al agrado individual es la selección de contenido musical bajo los parámetros y el libre albedrío de elegir los sonidos y acordes, de un criterio e identidad musical propia, por ejemplo un melómano. En segunda instancia, el uso colectivo es la búsqueda de la música “que está sonando en la radio” o en las principales estaciones de radio del mundo. También una búsqueda a través de plataformas como Youtube, Deezer, Spotify. Sin embargo, la diferencia entre el agrado individual y el uso colectivo, es que el primero es totalmente libre, mientras que el segundo está ligado a publicidad engañosa de dar click en algún link de algún producto, que en realidad es la canción de algún artista. Es por que analizar la influencia de la economía política de la comunicación en la industria cultural, es viable a partir de una visión antropológica, que examine las diferencias y semejanzas entre el agrado individual (Sujeto) y el uso colectivo (Masa). Es decir que el sujeto pertenece a una economía política de la comunicación, y actúa bajo sus criterios y jurisdicciones. Mientras que la masa pertenece a las industrias culturales regidas bajo las leyes de una sociedad, por lo tanto “La economía política de la comunicación que considere la dimensión tecnoestética del gusto y consumo de los productos de la industria cultural como un problema que atraviesa la lógica de subsunción de la experiencia del sujeto moderno (...) La progresiva integración global y la convergencia de las nuevas tecnologías electrónicas y el conjunto de las actividades sociales en torno a los modos de valorización capitalista en el campo de la comunicación y la cultura, han proliferado, especialmente en las dos últimas décadas, los espacios de reproducción económica con el desarrollo de nuevas formas de

industrialización y comercialización del trabajo creativo. (...) que, como consecuencia, está alterando la lógica de reproducción ampliada y, desde luego, las condiciones materiales de socialización y expresión cultural definiendo complejos ecosistemas y tramas de sentido en la vida social. (...) La conciencia del papel desempeñado por la información y la industria de la cultura ha llevado a la teoría económica a un replanteamiento de su objeto de estudio, desplazando la concepción neoclásica por una perspectiva informacional de los procesos de producción e intercambio. (Bolaño, 2013)

Bogotá

A finales de los años 90, mientras Carlos Vives, cosechaba éxitos a nivel mundial con su álbum “La tierra del olvido”. Un álbum que con la participación de Iván Benavides (Productor y co-autor de la canción “La tierra del olvido”) y Richard Blair (Productor e Ingeniero de sonido del álbum “La tierra del olvido”), se pudo forjar y lograr, un deleite para el paladar del público y un legado para el tropipop. Ya que según Iván Benavides:

“Recuerdo un editorial que publicó El Tiempo donde se afirmaba que eso era una traición. Me encantó que dijeran eso. Octavio Paz decía que tenemos la “tradición de la ruptura”. Y sí. Aquí tenemos sectores muy godos y muy tradicionalistas que piensan que la música tradicional es lo que existía y es lo que vale, sin pensar que la música tradicional siempre fue dinámica. Que lo que hizo Lucho Bermúdez en los 60 fue música moderna urbana. Que lo que hizo Toño Fernández con los Gaiteros de San Jacinto fue ponerle música a las gaitas. Que lo que hizo la Niña Emilia fue meterle bajo a la tambora. Y ese simplemente fue el camino natural que debía tener la música. Pero me encantó cuando los godos dijeron que eso fue una traición. Y lo que fue una traición hace 15 años, hoy es un clásico. Y uno que influenció todo lo que vino en adelante. De ahí se

desprende tanto el tropipop, como lo electrónico de ahora, hasta el nuevo movimiento de gaitas... incluso hasta el nuevo vallenato. Hasta la champeta.” (shock.co, 2011)

Por otra parte Carlos Vives, en el campo de la actuación, se destacó en novelas como “Aventurera”, “Gallito Ramírez”, en series como “Escalona”, y en películas como “La estrategia del caracol”. También creó un show de crítica televisiva llamado “La tele” en donde participaban Martín de Francisco (Presentador, actor y periodista deportivo) junto a Santiago Moure (Actor, locutor y presentador).

Diez años después de una década dorada para Vives y La Provincia, con éxitos en el mercado e industria discográfica, triunfos procedentes de álbumes como “Clásicos de la provincia”, “La tierra del olvido” y “Tengo fe”. Toda una fusión de sonidos como cumbia, rock, pop y vallenato, que influenciarían al tropipop. Es por eso que a comienzos del siglo XXI, comenzaría a surgir en Bogotá este género como un boom entre los adolescentes, y poco a poco entre un público más adulto. Los orígenes de muchas bandas fueron las aulas de clase de colegios elite de Bogotá como El Gimnasio Moderno, El Gimnasio Campestre y el Anglo Colombiano, entre otro, algunos estudiantes iban a sentarse en un pupitre a escuchar atentamente al profesor, otros a mirar pasar la vida por la ventana y otros a escribir canciones para después cantarlas en los recreos o hasta en una izada de bandera.

Por lo tanto el género es una amalgama entre “cachacos” y “costeños”, es decir los cerros de Monserrate estarían cada vez más cerca del suero costeño. Los estudiantes empezarán a gestar “Groupies y fans”, muchas de ellas compañeras de clase de los futuros artistas y también estudiantes de otros colegios. Los escenarios disponibles para hacer conciertos eran bares, bazares, fiestas de 15 y auditorios pequeños. Luego con el transcurso del tiempo y la maduración musical de muchas bandas como Mauricio & Palo de Agua, Bonka, Sin Ánimo de Lucro y

solistas como Fanny Lu y Fonseca, las principales emisoras juveniles de la época llevarían a cabo conciertos, giras y promociones, como La Mega, con Nuestra Tierra; y Los 40 Principales con el Evento 40.

En Bogotá, el lugar destinado para los eventos de esa clase era el parque Simón Bolívar. Por su parte en el año 2003, la agrupación Bacilos representó a Colombia en los Grammy Latino, esta ceremonia y gala de premiación se llevó a cabo en Miami. Sin embargo antes del éxito y reconocimiento del género en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, el tropipop seguía enamorado de una ciudad caracterizada por ser “La ciudad de las oportunidades”, un espacio donde la gastronomía hace parte de la identidad de los colombianos, en platos como el ajiaco, la bandeja paisa, la chuleta valluna, la mamona, el suero costeño, la mojarra frita, etc. Es decir Bogotá, es considerada como una ciudad cosmopolita en donde coinciden todas las regiones del país.

Por otra parte según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) en Bogotá, la población total es de (7.980.001 habitantes) la población urbana (7963.379 habitantes) y la población metropolitana es de (9.300.331 habitantes). Repartidos y ubicados alrededor de 20 localidades (Usaquén, Chapinero, Santa Fe, San Cristóbal, Usme, Tunjuelito, Bosa, Kennedy, Fontibón, Engativá, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo, Los Mártires, Antonio Nariño, Puente Aranda, La Candelaria, Rafael Uribe, Ciudad Bolívar y Sumapaz). Por lo tanto Bogotá, Distrito Capital o como se denominaba en el año 2000 Santafé de Bogotá, rápidamente a se convertiría en la escena perfecta para que dos regiones protagonizaran una película llamada “Tropipop”, cuyo desarrollo, desenlace y final, se dará a conocer a medida que cada “Escena o capítulo” muestre las coyunturas de este género.

Vestimenta (Siglo XX – Siglo XXI)

Los atuendos, vestimentas, vestuario y accesorias, siempre han sido de gran importancia para el glamour de los bogotanos. La elegancia y los 2.600 metros sobre el nivel del mar, la hacen una ciudad “chirriada” como se decía en el siglo XX y “Fashion” como se dice en el siglo XXI. Es que sin duda los “cachacos” o “rolos” como son denominadas las personas que nacieron en Bogotá, partían de la cortesía y gentileza a la hora de hablar y conversar ¡Ala! ¡Caray! ¡Carachas! ¡Permiso! ¡Disculpe! ¡Ala mi rey! ¡Chinito querido!, entre otras expresiones. Una jerga y un lenguaje que estaban acordes con la distinción del “Dandi bogotano” con los zapatos con polaina. Los cambios en los estilos y la moda han sido abismales, por lo tanto es necesario hacer un recorrido histórico a través de la vestimenta en Bogotá, desde 1910, hasta los inicios del siglo XXI, para así llevar a cabo un análisis de la indumentaria utilizada en el tropipop.

Bogotá en el año 1910, es “Caracterizada por grandes abrigos de lino y sombreros anudados con voluminosas bufandas, se toma el ambiente como una necesidad para resistir el viaje en el carro que se ha popularizado en esa época. En 1916 se funda la revista Cromos. Acostumbra a usar pinturas de artistas colombianos y europeos (especialmente españoles) en sus portadas. (...) en los años 20 las mujeres se quitan el corsé y abandonan la falda larga y toman una silueta sin curvas que produce la tendencia que se inclina hacia los sastres tejidos con chaquetas estilo capa y los trajes ligeros de manga sisa, capuchón, cuello con pinzas y talle bajo o sin cintura. (...) Sin embargo a mitad del siglo XX, hay furor una falda ancha hecha con muchos metros de tela y acompañada por un cinturón apretado. La acompañan blusas de manga corta y sisas en forma de diamante, suéteres de manga larga con botones y apliques de lana y otro tipo de falda: la estrecha plisada hasta la rodilla o un poco más arriba. La ropa casual se mueve entre tonos sólidos y neutros con estampados de flores. En la década de los 60, los

vestidos empiezan a subir más allá de la rodilla y el pelo se usa por encima de los hombros o en colas de caballo que, en ese tiempo, implican un atrevimiento. (...) Sin embargo el periodo 1970, es el boom de las camisetas sintéticas con remolinos sicodélicos, estampados de flores y motivos geométricos. Los Blue Jeans de bota campana hacen su aparición junto al furor causado por la maxifalda sin que por ello sea destronado el pantaloncito. Los 80 se pueden considerar como una etapa de la ostentación. Reina desde el conjunto victoriano de chaqueta y falda fruncida, acompañado de blusas con lazos, de gatica, hasta una silueta de hombros anchos y falda estrecha. A finales del siglo XX es la década en la que la moda es menos uniforme. Prima como valor el individualismo en el vestir: quien confía en sí misma y en sus opiniones es bella. Tal vez por eso prima una suerte de minimalismo tanto en las modelos como en los diseños.”. (SUAREZ, 2013)

Vestimenta en el tropipop

Luego de haber caminado por los senderos, los caminos del glamour y la elegancia de la vestimenta en Bogotá en el siglo XX, un siglo después, aproximadamente a comienzos del siglo XXI, el tropipop se caracterizaba por tener un vestuario, fresco, original y renovado.

Los atuendos utilizados por los artistas, bandas y solistas eran: chaqueta de cuero, un tono oscuro, selecto e imponente en los escenarios. Junto con el sombre vueltiao, que utilizaban Bacilos, Mauricio & Palo de Agua, Bonka, Sin Ánimo de lucro entre otras bandas de tropipop. Sin embargo, previo a estos artistas lo empleaba para sus conciertos Carlos Vives. Sin duda el sombre vueltiao es un símbolo de Colombia en el exterior, ya que es una “Pieza artesanal colombiana por excelencia y una verdadera obra de arte. Este icono de la cultura nacional, que viene de las sabanas de Córdoba y Sucre los centros de producción del sombrero vueltiao zenú se encuentran en los municipios de Sampués (departamento de Sucre), Chinú y San Andrés de Sotavento (departamento de Córdoba). (...) El trenzado de caña flecha representa elementos de

la cosmogonía de esta cultura indígena. El sombrero vueltiao es un verdadero libro que representa animales, plantas y narra diferentes tipos de actividades: la caza, la pesca, la hacienda, la religión. El sombrero vueltiao como pieza artesanal fue diseñado hace más de trescientos años e, inicialmente, era solamente de color blanco, ya que los artesanos no conocían la técnica de la pintura. En la actualidad, el tradicional sombrero vueltiao se produce de dos colores de fibra: blanco y negro, dándole con esto un verdadero toque de elegancia” (Sombreros-ole)

Los blue jeans rotos son considerados el elemento más utilizado y popular por algunos artistas de la escena del tropipop. Por ejemplo según Mauricio Rodríguez (Voz líder de Mauricio & Palo de Agua) “Con el auge y época dorada del tropipop, los blue jeans eran una prenda cómoda, relajada y a la moda para cantar y transmitir al público una buena imagen a través de un buen show y canciones”. Los blue jeans fueron “Ideados para mineros y granjeros -resistentes al desgaste y la fricción-, los jeans se popularizaron a mediados del siglo XX con la explosión del rock y se convirtió en un símbolo de juventud y rebeldía, siendo hoy una prenda más en todo vestuario e incluso usada en la moda de alto nivel. Los jeans, blue jeans, pantalones vaqueros o texanos, son un tipo de pantalón elaborado con un tejido de algodón muy resistente, llamado denim o mezclilla, de tramas blancas y azules (y teñido de azul índigo). Los pantalones blue jeans fueron creados por Levi Strauss y Jacob Davis en 1873, y a lo largo de sus más de 100 años de historia, han existido diversos modelos y diseños, con variación de colores, de cintura más baja o más alta (tiro bajo o corto, y tiro alto), con el corte de las piernas rectas, ajustadas o abiertas –acampadas- en su copa (pata de elefante), con accesorios de moda, con y sin bolsillo, y un muy largo etcétera, dado que se ha convertido en quizás la única prenda que todas las personas de todo el mundo han vestido al menos una vez en su vida.” (Pablo, 2008)

Las gafas Ray Ban, eran utilizadas por algunos artistas del tropipop para sentir un look más “Rockstar” como Bob Dylan o Mick Jagger. Otra causa del uso de este accesorio, es la foto sensibilidad a las luces de los escenarios, sets de grabación, entrevistas en vivo, y por supuesto para imponer una nueva tendencia entre niños, adolescentes y adultos. Sin embargo, las gafas Ray Ban se dieron a conocer “Gracias al general Mc Cready, que en 1933 solicitó a Bausch & Lomb un nuevo modelo de gafas de sol para las fuerzas aérea estadounidense. La aviación norteamericana necesitaba para sus pilotos unas gafas de sol que les librasen de los molestos destellos solares, que en comenzaban a ser un problema al volar los aviones cada vez más alto. (...) en 1937 se registró Ray-Ban como nombre de la marca, que traducido literalmente vendría a decir algo así como 'prohibido pasar a los rayos” (Vicente, gafasdesolyamas, 2011).

Respecto al calzado de los artistas de este género tropical, utilizaban tenis de marcas como Converse, Nike y Adidas, entre otras. También el uso de zapatos elegantes, mocasines y botas Doctor Martens. En las mujeres, la tendencia iba hacia botas al tobillo, botas hasta la pantorrilla, botas acordonadas, botas bucaneras y botas de combate o borcegos.

El conjunto de ropa utilizado por los “tropipoperos” es la certeza de la sagacidad por parte de las modas, en donde las prendas que utilizaban los artistas como Mauricio Rodríguez (Voz y líder de Mauricio & Palo De Agua), Alejandro González (Bonka), Jorge Villamizar (Bacilos), Sebastián Yepes (San Alejo), entre otros, eran el ejemplo y reflejo en los niños, adolescentes y adultos, ya que los imitaban y seguían esas tendencias, del blue jean, gafas Ray Ban y camisa de cuadros. Las tendencias de la moda en la capital, dieron como resultado que la vestimenta del tropipop se convirtiera en un atuendo moderno, alternativo y casual.

Sin embargo no toda la ciudad estaba contento con la moda y el género, por lo que muchas personas criticaban a los “tropipoperos” y exponentes de este estilo musical.

Desafortunadamente esas críticas solo sembraban odio, el desconocimiento, la ignorancia, los prejuicios y juicios de valor, ya que no eran “constructivas”, eran irrespetuosas e hirientes. Por ejemplo, afirmaciones que se escuchaban en las estaciones de radio: “Esos disque artistas que no saben de música y cantan incoherencias”, “Esos que cantan tropipop son y se visten como maricas”, “El tropipop es para gays”, “Que asco la música que se produce en este país” entre otras acusaciones. Por lo que a mediados de la primera década del Siglo XXI, en Bogotá, la ropa y la música del género, fueron causantes de un odio, aborrecimiento, aversión y repulsión hacia el género. Por lo tanto si la sociedad critica la vestimenta de las figuras públicas pero se ponen las mismas, aunque no les gusten, pero están de moda, ¿Entonces será que el tropipop sufrió los vejámenes del Síndrome de Estocolmo? Si sufrió críticas, comentarios hirientes y toda una maquinaria radial de la emisora W radio, en contra del género, sus causas y consecuencias, se explican en detalle en el Capítulo 3. Sin embargo, cuando se hace referencia al síndrome de Estocolmo, para denotar la enemistad entre las emisoras y los artistas del tropipop, que luego desencadenaría en la tiranía de un público parcializado por los medios de comunicación en contra de los artistas. Estos avisos, intimidaciones, miedos, retos y desafíos, no pudieron ser vencidos por los mayores exponentes del género, por lo que esos “15 minutos de fama” fueron desperdiciados, ya que los artistas del tropipop perdieron la oportunidad de moldear la tendencia de que un nuevo estilo musical de impacto nacional e internacional, impusiera nuevos ritmos a través de una moda.

Finalmente la bandera de Colombia era el éxtasis, la memoria y un viaje hasta la tierra en donde muchos colombianos inmigrantes por motivos personales, económicos, culturales, políticos o sociales, tuvieron que abandonar su lugar de nacimiento. El orgullo patrio, el corazón palpitando a mil y “La piel de gallina”, eran los causantes de las emociones encontradas entre

“El que no quiere a su patria, no quiere a su madre”. Por lo tanto en las tarimas locales y extranjeras, ver la bandera en un concierto de Carlos Vives, Fonseca, Mauricio & Palo de Agua, Bacilos y Fanny Lu, entre otros, era un icono que resaltaba el patriotismo cultural para darle la confianza, legitimidad e identidad a un país. Reconociendo la influencia de embajadores de la música como Juanes, Shakira, Carlos Vives, entre otros. Por lo tanto el tropipop está fuertemente influenciado por la música del cantautor Juanes, cuyo nombre de pila bautismal es Juan Esteban Aristizábal Vásquez, quien con su rock y pop latino, logra cautivar al público local y extranjero, con éxitos como “A Dios le pido”, “La camisa negra”, “Volverte a ver”, “Me enamora”, “Para tu amor”, entre otras. Por supuesto el ingrediente del sabor samario y del caribe, está bajo el mando del capitán y precursor del tropipop, Carlos Vives, quien influenció extensamente el tropipop con su álbum “La tierra del olvido” lanzado el 25 de Julio de 1995. Luego tres meses más tarde exactamente el 6 de octubre de 1995, Shakira lanzaría el álbum “Pies descalzos”, cuyos sencillos que fueron un éxito “Dónde estás corazón” “Pies descalzos, sueños blancos” “Un poco de amor” “Antología” entre otros. Una mezcla de reggae, rock, pop, en donde comenzaría a brillar su carrera artística en Colombia y el extranjero.

Bogotá: “La ciudad de nadie”

Es triste y melancólico escuchar en medio de la capital de la República, cómo la gente se comunica entre sí, puede ser rumor, chisme, jerga popular, pero que es una realidad que se vive a diario, luctuosamente si lo es: Bogotá es “La ciudad de nadie”, esa frase es muy cuestionable e irritable, para el “ Sociólogo urbano Robert Park la ciudad es el intento más coherente y en general mejor logrado del hombre por rehacer el mundo en el que vive de acuerdo con sus deseos más profundos. Pero si la ciudad es el mundo creado por el hombre, también es el mundo en el que está desde entonces condenado a vivir.” (Giraldo, 2015) Condenados a vivir en una

metrópoli, donde los rolos, paisas, vallecaucanos, costeños, santandereanos, opitas, isleños, llaneros, cundiboyacenses, chocoanos o pacíficos, pastusos, guajiros, amazónicos y millones de extranjeros viven y habitan este lugar místico, agradable, colonial, vanguardista y moderno. Entonces de donde surgen las calumnias de que Bogotá es “La ciudad de nadie”. Hay que partir de la siguiente premisa ¿Qué es el civismo? Según la DRAE el civismo es el “Comportamiento respetuoso del ciudadano con las normas de convivencia pública” (RAE,2001) Por lo tanto en el interior del país, las normas establecidas como no arrojar papeles, el peatón debe cruzar por la cebra, respetar los semáforos y códigos de tránsito, hacer la fila ordenada y educadamente en las estaciones y portales de todos los sistemas de servicio público como TransMilenio y el SITP, ceder las sillas azules para las personas de la tercera edad, mujeres y niños, entre otras leyes, reguladas por el gobierno y la alcaldía de Bogotá, no son acatadas por los ciudadanos que habitan la capital de Colombia ¿Por qué? Porque los ciudadanos se quejan de los malos gobiernos y alcaldes que han administrado el país y la ciudad, debido a la corrupción que según el índice de Percepción de Corrupción (IPC) en el año 2015, la organización *Transparency International*, asegura que Colombia se encuentra en el puesto 83 de 168 países, y un puntaje de 37/100.

Sin embargo la solución para este problema, según el político, matemático, filósofo y ex-alcalde Bogotá Antanas Mockus, es la siguiente: “La cultura ciudadana parte del hecho de que, en muchas ocasiones, la solución de un problema no depende tanto de la creación de nuevas leyes, sino más bien de la admiración y respeto por parte de los ciudadanos de las que ya existen.” (SUÁREZ, 2015)

Entre otras problemáticas de Bogotá esta la movilidad (Trancones, congestión, malla vial en mal estado, sistema de servicio público colapsado), en materia de seguridad (Hurto, atracos,

micro tráfico), y según el DANE la tasa de desempleo en Bogotá fue del 10,0 %. Es una ciudad con grandes ventajas y desventajas, sin duda hay ciudadanos que no les gusta, pero es cultura ciudadana, civismo y respeto, cuidarla, quererla y conservarla.

El resultado de que algunos ciudadanos aseguren que “Bogotá es la ciudad de nadie” es causa de la corrupción por parte del gobierno, ausencia del civismo y cultura ciudadana.

Llevando a la sociedad colombiana a consecuencias que en el siglo XXI parecen incorregibles: El regionalismo que se define como la “Cooperación internacional intermedia, que se establece por medio de la creación de alianzas y de la cooperación interregional entre países que por lo general comparten una misma región geográfica, aunque no siempre es así el caso. Asimismo, puede ser definido como una acción del Estado, e inclusive de la sociedad civil, así como de otros actores de las relaciones internacionales, cuya finalidad es la de promover la cooperación interregional. De igual manera, las integraciones regionales se fundamentan en valores, en un sentido de pertenencia e intereses compartidos, cuya finalidad es la de contrarrestar los múltiples retos que enfrentan los Estados desde una óptica regional. Los fundamentos para que se establezca el regionalismo, o como algunos autores lo llaman el “minilateralismo”, radican en un interés común, similitud de sistemas económicos y políticos, complementariedad económica, afinidad de idiomas, cultura, tradición histórica y religión” (Rodríguez, 2012)

El tropipop al igual que su ciudad, es catalogado como “El género de nadie”, ha sufrido comentarios ofensivos, críticas por parte de los medios de comunicación, contra un género que Bogotá vio nacer, pero nunca pudo llegar al éxito o cumplir las expectativas que todos esperaban. Entonces ¿Será que los bogotanos defienden el tropipop o se avergüenzan de él?

CAPÍTULO 3

CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA DESAPARICIÓN DEL

TROPIPOP Industria Musical en Colombia

La industria musical en Colombia ha sido estratégica y con una visión internacional de los artistas. Compañías disqueras como Sony Music, Warner Music, Universal Music y sellos discográficos Colombianos como Codiscos, MTM, Yoyo Music, Sonolux, FM Discos y cintas e independientes como la coneja ciega, polen, palenque, la distrotónica, flotador records, The burros records, entre otras, han sido predominantes al momento de que un nuevo artista y músico salga a la luz. Sin embargo, la tecnología siempre ha sido contraproducente para estas, ya que la evolución del CD, quedo perpetuada en las nuevas plataformas de música digital, como iTunes, Deezer, Spotify y por supuesto Youtube, compañía que desde el 2005 comenzó a cambiar el rumbo de la nueva forma de observar, crear y masificar, contenidos multimedia, como lo son los videos musicales, programas de televisión etc. Casualmente estos cambios se dieron en la década en la que el Tropicop estaba en su mayor auge, con nominaciones a los Grammy Latino, discos de oro, conciertos multimillonarios y por supuesto la felicidad de los mánagers, disqueras y artistas. Por lo tanto no fue culpa de los avances tecnológicos la desaparición de este género (El tropipop). La industria musical global e internacional, tuvo sus repercusiones en Colombia. Por ejemplo la quiebra en el 2012 The Electric and Musical Industries Ltd (EMI), en la primera década del siglo XXI bajaron las demandas en la compra de CD, por eso tiendas como Tower Records cerraron sus puertas, mientras que Prodiscos, la primera disco tienda de música en Colombia, paso a llamarse “Entertainment Store”. Esta problemática fue por motivo de la

piratería, avances tecnológicos y cambios en la industria musical y cultural. Respecto a la piratería el ciudadano que no conoce ¿Qué hay detrás de toda la creación, masificación, montaje y proyección de un CD? No le importa si está afectando a un artista, sello discográfico, manager, y toda una industria. Porque le sale más económico comprarlo en la calle, que por internet o en una disco tienda y además considera que el sonido y contenido del mismo es igual o similar al del original. Esta situación le compete al estado, para proteger los derechos de autor y propiedad intelectual. Los avances tecnológicos son contundentes a partir de la evolución del (Long Play) LP, Casete, CD, USB. Sin embargo un golpe duro para los sellos disqueros, y causante de quiebras y crisis, los darían las plataformas virtuales e internet como iTunes, O2 MyPlay, E-music, Tesco digital, entre otros.

Una característica de los cambios en las industrias culturales colombianas es el P2P, la cual es una red de pares, que consiente en que varios computadores comparten archivos, información, documentos, imágenes, videos y cualquier contenido soportado por el PC o Mac. Por lo tanto, ante este escenario el *copyright*, los derechos de autor, los derechos de propiedad intelectual entre otras jurisdicciones aseguran y acusan que el P2P y algunos contenidos de internet van en contra la protección del artista, el consumidor, y el sello discográfico. Según Fouce Rodríguez, H. (2010) “Las formas de consumo musical imperantes, basadas sobre todo en la gratuidad de las redes P2P, aparecen como desafíos frente a la industria, incapaz de encontrar un modelo de negocio que permita rentabilizar económicamente el tráfico de esas redes, y también para el Estado, que siente que su poder se difumina en Internet y que la necesidad de garantizar las reglas del juego del libre mercado choca con su obligación de defender los derechos fundamentales como la privacidad de las comunicaciones” (...) “La crítica a los modos de la industria es generalizada en todos los grupos de edad, que se muestran por igual ajenos a

los mensajes de las campañas. Sin embargo, los jóvenes adultos son conscientes de que la industria apela a su experiencia de consumidores de la música para intentar deslegitimar el uso de los programas de intercambio de archivos, a costa de renunciar a concienciar a los más jóvenes, que nunca han pagado por la música y que parecen objetivos perdidos para la industria de la música que surgirá tras esta crisis a menos que haya un giro radical en las estrategias de negocio. Los más jóvenes no tienen mala conciencia, lo hacen porque es fácil, gratis y todo el mundo lo hace (...) Tendrán que poner los discos muy baratos y venderlos en Internet o a través de los propios músicos. Buscar nuevas estrategias”. (Rodríguez, 2010)

Medios de Comunicación: Un batalla contra el tropipop

Los medios de comunicación en Colombia, siempre han sido una herramienta para que los ciudadanos se informen de lo que sucede a nivel nacional e internacional. Según la DRAE: *“Comunicación es Acción y efecto de comunicar o comunicarse”*. (RAE, 2001) Y Según la DRAE *“Los medios de comunicación son Instrumento de transmisión pública de información, como emisoras de radio o televisión, periódicos, internet, etc. U. m. en pl. ”* (RAE, 2001) No obstante la parcialidad e imparcialidad de un medio de comunicación, depende de la coyuntura política, económica, cultural, social y religiosa de una nación y estado. Es decir que la deontología, ética y moral periodística, son primordiales para enfrentar las principales problemáticas del tropipop. Estas problemáticas se basan a partir de si el tropipop es o no es un género musical para los medios de comunicación, es decir si sus contenidos, y producciones discográficas son profesionales o improvisadas. Aquí es donde comienza una batalla entre el periodista y locutor bogotano Julio Sánchez Cristo, quien desde el 2003 es el director de la emisora la W radio, en contra de la escena del tropipop. Por lo tanto bajo las directrices, razones y juicios, por parte de la cadena W radio. El tropipop no merecía un espacio en W radio, ya que

era considerado como “Música mediocre”. Acusaciones que desataron toda una transformación del género a nivel nacional e internacional. Por ejemplo hay dos casos que evidencian la evolución del género. El primero es el de la agrupación Bonka, siguió los consejos de su manager Fernán Martínez y ex – manager de Juanes, para dejar de hacer tropipop y crear nuevos sonidos y fusiones que se evidencian en el álbum del 2010 “Más que ayer”, y en sencillos como “La era de la gozadera”, “Las estaciones del amor” y “Bien Cerquita Feat Fuego”. En segundo lugar la agrupación Mauricio & Palo de Agua, en el 2008 lanza al mercado el álbum “V&ernes” con sencillos como “Esa muchachita” nominada a los Grammy Latinos 2009 como mejor canción tropical, “Tú te lo perdiste”, “Será” entre otros.

Cuatro años después de la campaña de la cadena radial la W, el tropipop comenzaría a desaparecer y los artistas no volvían a sacar material discográfico, las puertas estaban abiertas por parte de otras cadenas como RCN radio, 40 Principales, Tropicana estéreo, La mega, Fantástica, Besame, entre otras. Los artistas decidieron hacer otras actividades musicales, íntimas y personales. Las siguientes bandas se separaron: Bacilos, Bonka, Cuarto Aparte, Sin ánimo de lucro, Sanalejo.

La banda Bacilos, se separaron el 21 de febrero de 2007. Su vocalista Jorge Villamizar, comenzó su carrera como solista y cosecho éxitos como “Ninguna”, “Contigo se va” “El colombiano errante” “Te viví” con las colaboraciones de Elvis Crespo y Maluma.

La agrupación Bonka, se separó en Agosto de 2015, y su ex – vocalista Alejandro González, decide cambiar de género y explorar la ranchera. En el 2016, Alejandro González, hizo su propia versión junto con Mike Bahía de la canción “Le hace falta un beso” cuyo compositor Arturo Leyva.

La banda manizaleña Sanalejo, se separa en el 2009, por lo que su vocalista Sebastián Yepes, toma el camino de la carrera de solista. Ese mismo año lanza su álbum “De los oscuro a lo puro”, cosechando un éxito como “No me veré caer” y en el 2010 su sencillo “Cuando no queda nada”.

Por su parte Mauricio & Palo de Agua, tuvo una batalla jurídica con su manager Claudia Mosquera. Batalla que se debatió en la cadena que le dijo No al tropipop en el 2007. Esta entrevista fue emitida el 29 de agosto de 2011, en donde Mauricio Rodríguez (Voz líder de Mauricio & Palo de Agua) manifestaba: "Yo entablé una tutela por el derecho al trabajo, ella lo que está buscando es que yo incumpla el contrato", "Yo pongo una tutela porque no tengo plata para ponerle una demanda". Por su parte la manager Claudia Mosquera se defendía señalando que: "Creo que Mauricio asesorado bajo sus abogados tuvo la intención de acabar el contrato vulnerando todos mis derechos y obviando todas la consecuencias que implica terminar el contrato y lo que hizo fue interponer una acción de tutela no procedente y temeraria, según las palabras del juez", "Actualmente yo tengo un contrato con él en donde yo recibo el 20%, si él termina el contrato antes de los 10 años, o sea ahora, en lugar de yo recibir el 20% debo recibir el 25% hasta que el contrato se acabe" Finalmente Mauricio Rodríguez (Voz líder de Mauricio & Palo de Agua) finalizaba en los últimos minutos de la entrevista con la siguientes declaraciones: "Este es un consejo para todos los artistas nuevos: no se dejen meter los dedos a la boca con los contratos, nosotros somos músicos, artistas, los managers siempre van a querer su futuro económico, nosotros siempre pensamos en darle canciones a la gente, siempre pensamos en la música" (Mosquera & Rodriguez, 2011).

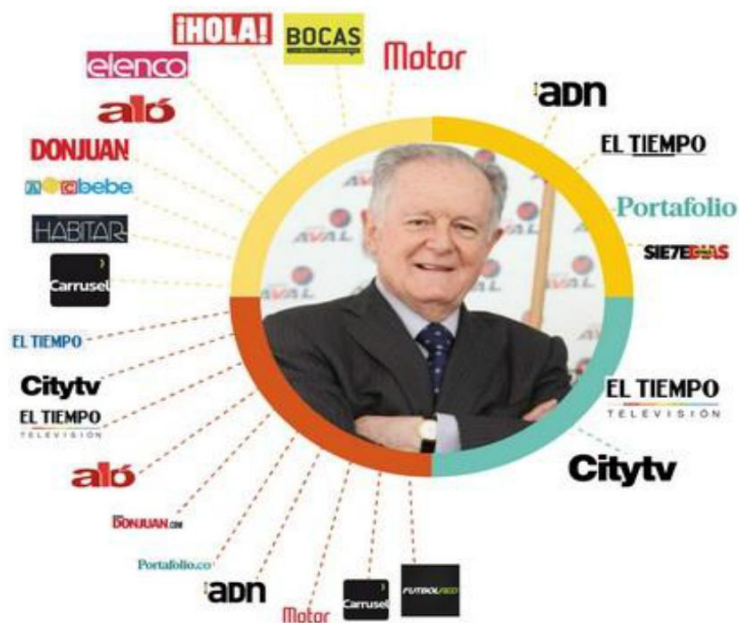
¿Quién controla los medios de comunicación en Colombia?

En Colombia en la primera década del siglo XXI, los medios de comunicación habían monopolizado la manera de informar a sus lectores, oyentes y televidentes. Es por eso que el MOM (Monitoreo de la Propiedad de Medios) juega un papel fundamental al momento de analizar qué están consumiendo los colombianos y si la libertad de expresión está siendo violada por la ambición de algunos empresarios.

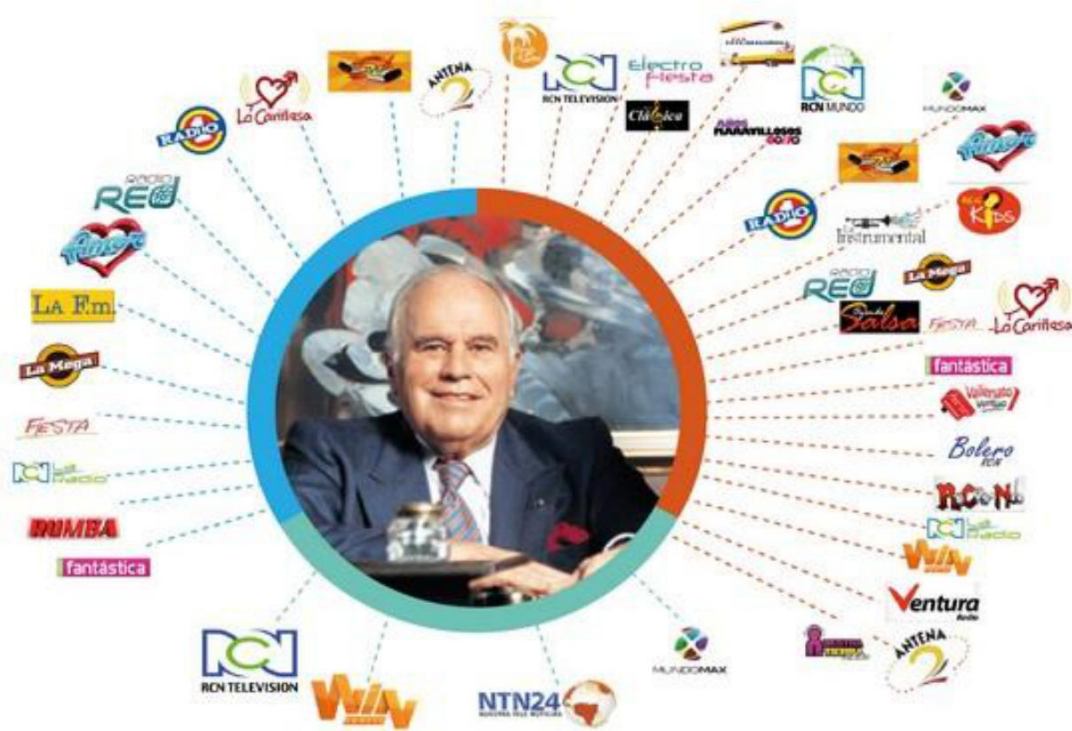
“El “Monitoreo de la Propiedad de Medios” (MOM por sus letras en inglés – Media Ownership Monitor) ofrece respuestas a esta pregunta. El pluralismo de los medios es un aspecto central de sociedades democráticas porque medios diversos, independientes y libres, reflejan opiniones divergentes de una sociedad. Una concentración en el mercado de los medios de comunicación tiene un impacto negativo en el pluralismo y ofrece a los propietarios de medios de comunicación una influencia dominante en la opinión pública. (...) En Colombia se está implementando el monitoreo de la propiedad de los medios conjunta con la Federación Colombiana de Periodistas (FECOLPER), organización de base social que agrupa a más de 1200 comunicadores y trabajadores de los medios que hace monitoreo a los casos de violaciones a la libertad de prensa, desarrolla acciones para la protección de periodistas y lucha por mejores condiciones laborales para el periodismo (...) En el Índice de Libertad de Prensa de Reporteros sin Fronteras, Colombia es actualmente la clasificación de 128 entre 180 países”.

(monitoreodemedios.co, 2016)

En las siguientes infografías y gráficas, se evidencia que más del 50% de los medios de comunicación en Colombia, hacen parte de la Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo, Organización Carlos Ardila Lule y el Grupo Empresarial Santo Domingo – Valorem.



Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo
Infografías y gráficas: monitoreodemedios.co



Organización Carlos Ardila Lulle
Infografías y gráficas: monitoreodemedios.co



Grupo Empresarial Santo Domingo - Valorem
Infografías y gráficas: monitoreodemedios.co





Luego de revisar cada infografía, surgen ciertos cuestionamientos de si ¿Los medios de comunicación son empresas o medios? Es decir si realmente buscan entretener y lucrar o simplemente llevar a cabo su principal función que es informar. Cuando se habla de libertad de expresión, se sueña con una sociedad libre, donde las fronteras entre el negro y el blanco, no existan. Además que las denuncias, inconformidades, las protestas, y las falencias del estado sean contadas al público, a través de la ética periodística. Por lo tanto esa ética y moral, se debe justificar con la verdad de una lucha entre el monopolio y la independencia por: La Libertad de Expresión, que “Es un derecho fundamental y un principio básico en las sociedades democráticas.

La declaración de Naciones Unidas reza al respecto: *“Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho incluye la libertad de presentar opiniones sin interferencia y buscar, recibir y difundir información e ideas por cualquier medio de comunicación y sin consideración de fronteras.”* (Artículo 19, Declaración Universal de

las Naciones Unidas de los Derechos Humanos, diciembre de 1948). Este derecho fundamental se puede ver afectado, por ejemplo, cuando la expresión de la opinión no se ejerce de forma libre, o cuando la libertad de información se realiza con carácter dependiente o parcializado. (...) resulta importante evidenciar que los propietarios de los medios de comunicación pueden influir en la selección, conformación y encuadre del contenido editorial de los medios – por ejemplo, determinando el público destinatario y enfoque editorial – también pueden influir, difundiendo un mensaje político, para atraer a los anunciantes o para promover otros negocios. Además, la integración vertical del mercado de las empresas e industrias de los grandes propietarios mediáticos (en las redes de distribución, por ejemplo), puede representar una amenaza para la diversidad de opiniones y la libertad de información” (monitoreodemedios.co, 2016)

Medios de comunicación y Cultura de masas

Los medios de comunicación y las culturas de masas, intervienen constantemente en los seres humanos. Por lo tanto esa influencia está determinada por la diversidad cultural, la monopolización de algunos medios de comunicación, y la recepción del oyente, televidente o público. Estas repercusiones se demuestran en un movimiento estudiantil y género musical como el tropipop, ya que “Al público se le da lo que el público exige”.

El público comenzó a exigir más canciones, entonces la “Cultura tropipopera” comenzó a crecer. Los iconos del tropipop, como Bacilos, Bonka, Mauricio & Palo de Agua, entre otros. Eran considerados estrellas con una proyección nacional e internacional alta. Y ¿Los fanáticos? Los fans, groupies, y admiradores de determinado artista, algunas veces se olvidan de su propia vida, para vivir la de otro. Por lo que todo en exceso es nocivo. Es por eso que los clubs de fans son diseñados para controlar esa población de la cultura de masas que se obsesiona con el artista.

Es decir que el músico es considerado como un Dios supremo. El público que aclamaba el tropipop eran adolescentes entre 12 y 17 años y adultos desde los 18 a los 50 años. El tropipop era la libertad de expresión de un movimiento estudiantil, que no buscaba la fama. Las composiciones y canciones son muestras de eso, temáticas como el amor, el colegio, las amistades, la fiesta, el desamor, entre otras. Este género creció rápidamente, ya que las casas disqueras se encargaron de la producción en masa de canciones, artistas, álbumes, conciertos y giras. Este boom cultural y musical bogotano pronto llamo la atención de los medios de comunicación.

Según Ramos López, E. (1985) “Cuando se habla de cultura de masas se abarca una serie de connotaciones que incluyen desde la ideología de una sociedad, hasta las preferencias artísticas difundidas y establecidas por los medios de comunicación. La cultura de masas es la cultura de todos, a la cual todos tienen acceso y por medio de la cual se ha logrado poner al alcance de la masa lo que antes era privilegio de los grupos elitarios. Esta aceptación ha venido a reflejar en las ciencias de la comunicación el concepto de democracia en política, el poder para todos, al señalar la cultura de masas como la cultura para todos. (...) Cada vez que en el uso de los medios de masa se produce una extralimitación capaz de acarrear protestas, la gran justificación del transmisor es la de que él ha dado al público lo que el público pide. El transmisor confiesa actuar con mentalidad de vendedor: solamente exhibe y despacha lo, que según él, solicita y éste solo razonamiento bastaría para demostrar que, allí de donde surge, es una economía la que domina, y manipula los medios de información”. (Ramos, 1985)

Por lo tanto es el público el primer afectado de las ambiciones de los medios de comunicación, las transformaciones de la cultura de masas y la evolución de un artista. Porque el medio de comunicación decide informar, publicar y emitir, lo que su ideología o identidad

permitan para evitar la autocensura. Por parte de las culturas de masas son las casas disqueras, productores, compositores, managers, departamentos de marketing, publicidad, promoción y mercadeo, los que se encargan de maquinar contenidos de baja o alta calidad, lo importante es que produzca dinero y vendan. Ya que la inversión en la producción de un CD, es costoso, entonces el artista no puede fallar. Entonces, si el público no está permanentemente informándose de los medios de comunicación y es ajeno a las casas disqueras, managers y todo el staff del artista ¿En que se ve afectado? Su afectación es que esta en un limbo entre los medios de comunicación y la cultura de masas, es decir que estos dos últimos crean involuntariamente un mundo paralelo en el público para asegurar que la confianza con el artista sea 100% fiable, y este sofisma de distracción, es un mundo paralelo que termina seduciendo al mismo universo de labios, mentes, masas, medios, público y artistas como “Un mal necesario”: El dinero. Por lo tanto según Martín-Barbero, J., & Martín, M. B. (1998) “Masa designa, en el momento del cambio, el modo cómo las clases populares viven las nuevas condiciones de existencia, tanto en lo que ellas tienen de opresión como en lo que las nuevas relaciones contienen de demanda y aspiraciones de democratización social. Y de masa será la cultura que llaman popular. (...) Decir "cultura de masa" suele equivaler a nombrar lo que pasa por los medios masivos de comunicación”. (Barbero, 1998)

Periodismo Cultural

El periodismo cultural, es una técnica y herramienta periodística para investigar más desde un contexto ancestral, un término, acontecimiento, lugar, fecha, noticia y hecho. Es por eso que el tropipop es un género que va ligado a este periodismo, pues su condición lo hace propenso a los medios de comunicación (Periodismo) y la música desde un enfoque cultural.

La opinión, crítica, análisis y juicios de valor de un género musical, necesitan basarse y valerse de ciertos criterios del periodismo para poder comprender la cultura.

Principalmente la ética y deontología periodística, es fundamental a la hora de abarcar cualquier tipo de conjetura. Es decir como los principios y códigos éticos y morales, juegan un papel transcendental al momento de tomar una decisión entre una verdad para el bienestar de un medio de comunicación o una verdad para el bienestar y la satisfacción de una cultura inmersa en una sociedad.

En segundo lugar el periodismo cultural, debe ser subjetivo, audaz, meticuloso, autentico y original. La ejecución del periodismo cultural se evidencia a través de entrevistas, investigación, y sobretodo ir más allá de lo que suenan, huelen o endulzan las palabras. El tropipop culturalmente fue un intento que quedará estampillado en la memoria de los medios de comunicación. Según Barei, S. (1999). “La amplia circulación de periódicos y proyectos culturales ha incrementado la dedicación a la crítica y la profesionalización del periodista cultural y ha llevado a pensar a sus mismos participantes acerca del modo en que este periodismo (en tanto periodismo especializado) y su labor crítica participan en el sistema de la cultura. (...) el periodismo se erige en atribuidor y distribuidor de este derecho sobre la base de reglamentaciones, prescripciones, privilegios y omisiones que definen espacios de saber y redes concretas de circulación de los textos artísticos y los discursos sobre ellos. Pareciera entonces que ningún texto se hace visible socialmente si en algún momento la crítica de los medios no se ocupa de él” (Barei, 1999).

Periodismo cultural es poder viajar en las mentes de otros, volar por ciudades sin fronteras, oler la naturaleza de la fauna y la flora, encontrar el sentido de la existencia del ser humano, a través de la tinta que se riega como ideas en el papel para: Informar. El rol del

periodista en el siglo XXI es ser prolífico, honesto, ético, espiritual, y por supuesto estar sometido a la globalización y expansión entre medios físicos y virtuales, según Mainar, R., & Cebrián, J. L. (1906). “La misión del informador es consustancial a la existencia misma del ser humano. De ahí la responsabilidad social del periodista. El periodismo morirá cuando ya no haya adelantos que propagar, injusticias que denunciar, débiles a quien amparar, fuertes a quienes contener, entuertos que enderezar, aspiraciones que defender, teorías que discutir, verdades que investigar, leyes que combatir y hombres que mejorar” (Mainar, R., & Cebrián, J. L. 1906)

Ante todo el periodista, es un ser humano que, respira, sufre, siente, escucha, lástima, pero jamás va a ser un superhéroe con la razón en una pluma, un papel o una imagen. Es por eso que la cultura con el paso de los años la sociedad ha comprendido que el periodismo cultural, está sometido a la prueba y el error, a experimentar, investigar, indagar, cuestionarse, sin miedo a equivocarse. Reitero el periodista es humano, no es omnipotente. Según Villa, M. J. (1998). “Iván Tubau, en su libro "Teoría y práctica del periodismo cultural", lo define así: "Periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación" (I. Tubau: 1982). Jorge Rivera, periodista e investigador argentino, dice del "periodismo cultural" que: "... es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las "bellas artes", "las bellas letras", las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental". (J. Rivera: 1995). El concepto antropológico de cultura fue desarrollado inicialmente por E. B. Taylor (1874), definiéndola como "conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos

por el hombre como miembro de la sociedad". En el siglo XX, la antropología ha alcanzado mayor desarrollo. Dentro de esta línea teórica, una definición clásica del pensamiento latinoamericano es la de Adolfo Colombres, quien concibe a la cultura como: "El producto de la actividad desarrollada por una sociedad humana a lo largo del tiempo, a través de un proceso acumulativo y selectivo". En el centro, entre los planteamientos de la antropología y los aportes sociológicos y semióticos encontramos consideraciones como las planteadas por el sociólogo mexicano" (Villa, 1998).

Crítica y crisis del tropipop

Los premios, nominaciones y reconocimientos hacia el tropipop quedaron en un segundo plano tanto para los artistas como para los medios de comunicación. Muchos seres humanos tienen miedo al fracaso y también al éxito. Por lo tanto el miedo de los artistas por perseverar e insistir fueron causantes de que la escena del tropipop atravesara por un estancamiento. Las canciones del género no se volvieron a escuchar después de un tiempo en las estaciones de radio, la prensa escrita y digital atacaba a los artistas como si fueran delincuentes. Entonces pronto llegarían los talibanes del tropipop. La palabra talibán, según la DRAE: "*Del persa tālibān, pl. de tālib 'estudiante', y este del ár. tālib 'buscador de conocimiento'*" (RAE, 2001). También según la DRAE: "*Perteneciente o relativo a un movimiento integrista musulmán surgido de una escuela coránica pakistani y desarrollado en Afganistán'*" (RAE, 2001).

El título del texto "Los Talibanes del Tropipop" es para denotar como los estudiantes del tropipop fueron los mismos suicidas del género y como los ataques por parte de los medios de comunicación, fortalecieron ese miedo de los artistas. ¿Cuál miedo? El miedo a las críticas de los medios de comunicación, en pensar más en la fama que en los contenidos musicales, temor a

innovar en nuevas fusiones, desconfianza en no creer lo que el género significaba para la industria, el país y el mundo: Una identidad del folclor colombiano.

Algunos exponentes del género, como Mauricio & Palo de Agua, Bonka, Fonseca, Fanny Lu, entre otros. Defendieron la escena del tropipop, pensando en el legado para futuras generaciones de músicos, que sueñan con “Pegar en la radio” como Bacilos. Mientras que el periodista Julio Sánchez Cristo, en su momento no solo crítico al género sino que además lo censuro de W radio. Censura que asusto no solo a artistas sino a managers, casas disqueras y a toda la industria detrás de estos proyectos musicales. En una entrevista del diario El tiempo, Fonseca, Antonio Casale y Fanny Lu, analizaron las críticas, crisis y cambios que tuvo el tropipop.

Fonseca aseguró que "El género se ridiculizó al punto de que la misma palabra suena tonta, porque le dieron tanta 'lora' a la vaina que la acabaron. El tropipop son muchas cosas en Colombia. Nos ha caracterizado por fuera porque mezclamos los sonidos locales con el pop, que es el traductor para que todo el mundo lo entienda y lo reciba.

Para el periodista Antonio Casale, quien junto a Mauricio Rodríguez (Voz y líder de Mauricio & Palo de Agua) le dieron calificativo y designación al género como tropipop, asevera que: Mataron al tigre y se asustaron con el cuero. Nuestro sonido es rico y tal vez evolucione con otro nombre, porque el folclor colombiano y el pop lo aguantan todo.

La reina del tropipop Fanny Lu, afirma que el género: Tuvo su apogeo, pero lo mató la mala prensa. Fue tan terrible que los artistas dejaron de hacerlo con entusiasmo. Me parece muy alegre, muy rico en sonidos, muy colombiano, y da pesar que por la voluntad de algunos se haya enterrado algo que les dio mucha proyección a los artistas nacionales” (GÓMEZ, 2012)

Campaña de desprestigio contra el tropipop

Para nadie es un secreto que el tropipop sufrió una decadencia pero no desaparición debido a una campaña de desprestigio, censura y crítica, llevada a cabo el 27 de septiembre de 2007 por la emisora W radio, bajo la dirección de Julio Sánchez Cristo, la cuña decía: “No más tropipop” y “Artistas No Tropipop”. “Consistía en programar música de nuevos artistas que estuvieran surgiendo paralelos al género, con aras de desacreditarlo, pues la promoción de los mismos se hacía como “Artistas No Tropipop”, nominación que incluso llegó a tener peso en los perfiles que los medios creaban de los artistas. A raíz de esta campaña se levantó una oleada contra todos los grupos y artistas pertenecientes al género, que para el mes de octubre ya tenía en los medios de comunicación (internet, prensa y radio), millones de comentarios, artículos y grupos en redes sociales que se referían al género de manera despreciativa. Esto significó para muchos artistas que pretendían surgir en el género una barrera total, así como fue un ciclo de estancamiento para los artistas ya consolidados, pues para principios del 2008 muchas emisoras habían aplacado el furor que se manejaba con el género brindando espacios, nuevamente, para otros artistas y devaluando, si puede decirse, la tendencia tropipop.” (Mancipe, Ruiz, & Vélez, 2009)



Ilustración: Natalia Mustafa

Fuente: http://noisey.vice.com/es_co/blog/el-tropipop-no-muere-los-10-clasicos-del-gnero-ms-cuestionado-de-todos

Una campaña que duro varias semanas, y que ridiculizo al género, ya los oyentes no veían a estos artistas como músicos sino como “Los bufones del tropipop”. Pero más que una campaña, fue bullying en contra del género, ya que para la emisora, el contenido musical era muy pobre y básico. Lo cual era un pretexto para sacar el tropipop del aire. La intimidación y el susto de algunos artistas por escuchar la cuña “Artistas No Tropipop” los hizo olvidar del apoyo que tenían por parte de la Academia Latina de Ciencias y Artes de la Grabación, con las nominaciones y reconocimientos a artistas como Bacilos, Fonseca, Mauricio & Palo de Agua, entre otros. Además del apoyo en audiencia, fans, y aceptación en países como Perú, Venezuela, México, Ecuador, Panamá, Honduras, Salvador, Alemania, Holanda, España, solo por nombrar algunos. Entonces el tropipop pasó de ser un género constituido por un movimiento estudiantil a una resistencia inexistente que acabo dándole el protagonismo al reggaetón y a otros géneros. Por lo tanto según Vargas, A. A. (2008) “Las estrategias en la industria musical en todo el mundo, funcionan apostando a los géneros que se imponen como moda, en Colombia el tropipop, vallenato y reggaetón (sic), son los géneros de moda que impulsan cualquier inversión en lo que comprendió el año 2006 y lo que resta del 2007. Apostarle a otro género es un riesgo y requiere de estrategias fuertes de promoción, difusión, distribución y publicidad para poder destacarse y acceder al mercado comercial, que finalmente si tiene éxito, será igual que los demás géneros de moda.” (Vargas, 2008)

Seis años más tarde, el 6 de julio de 2013, la emisora de RCN, La Mega, realizó un especial acerca del tropipop, cuyos protagonistas fueron su director: Alejandro Villalobos, el locutor Daniel Trespalacios y el ex vocalista de Bonka, Alejandro González y el precursor del género Carlos Vives.

“Alejandro Villalobos: Alejo que paso con el tropipop, porque hace 6,7,8 años era un boom y de pronto desaparece y le deja una carretera anchísima para que venga el reggaetón y se tome las emisoras y las discotecas.

Alejandro González ex líder de Bonka: Realmente, la realidad del asunto, y a fondo no se sabe muy bien cuál fue la razón de que fue lo que paso realmente, pero todo inicia a través de una campaña que hace Julio Sánchez Cristo en la W en contra del género, diciendo que el género pues no es un buen género musical, que eso no es música, que la gente que lo hacía no lo hacía bien y la gente que escuchaba eso no tenía oídos, no tenía conocimiento musical alguno y obviamente no fue algo de un solo día, sino fue una campaña que iniciaron de varios días, de varias semanas.

Alejandro Villalobos: Con cuña y todo como le gusta a él.

Alejandro González ex líder de Bonka: Y digamos que la gente empezó a dejarse afectar mucho por eso, no solamente el público, la audiencia sino también los medios de comunicación. Julio Sánchez Cristo es una persona que tiene digamos un poder muy grande y pues mucha gente lo escucha y escucha lo que él dice.

Alejandro Villalobos: Pero venga Alejandro yo tengo una pregunta, yo estoy en gran parte de acuerdo con usted, con el respeto el cariño que le tenemos a Julio, el cuándo le da por meterse en un tema, eso la coge y le hace promoción y hace solo bulla, pero ese tema de la música, pues no es el fuerte de Julio Sánchez. Julio Sánchez podrá tumbar ministros, echar vainas de alcaldes, destapar ollas podridas y todo ese cuento. Pero la música y los seguidores de ustedes no eran los oyentes de Julio Sánchez, sus oyentes estaban en la mega, radioactiva o en 40. Pero no estaban

ahí. No será que los que se afectaron fueron ustedes los artistas y sus managers. Diciendo:

“Uy si: que oso hacer eso”.

Alejandro González ex líder de Bonka: Los artistas y los managers si tuvieron que ver, pero como usted dice no son los oyentes, no era la audiencia, porque realmente la W, la oye gente muchísimo mayor que probablemente tampoco es el target de uno, a pesar de que se sabían las canciones y también caben dentro de la gente escuchaba nuestra música. El problema radicó más dentro de los medios de comunicación porque la gente si escucha a Julio Sánchez Cristo y la gente que trabaja en la radio o la televisión, que tienen también poder e influencia muy grande, osea no trabajando en la W, sino de pronto en una canal de televisión o algo, lo escucho.

Alejandro Villalobos: Alejandro, una pregunta usted cree que la Mega dejó de sonar el tropipop porque Julio Sánchez pidió No más Tropipop.

Alejandro González ex líder de Bonka: Durante esa poca de los defensores del tropipop y cuando ocurrió esto, era usted alejo, de los que llamaban a decir que el tropipop no y usted era de los estaba a favor.

Alejandro Villalobos: Y le aseguro que en 40 Principales también pasaba lo mismo. Yo esa es mi percepción que tengo pero es muy válido lo que dice usted. A mí me da impresión es que los primeros que se hicieron a un lado fueron los grupos. Se desanimaron, empezaron a grabar otros géneros musicales, porque sintieron como que si no, realmente esta es una alarma muy importante evolucionemos.

Alejandro González ex líder de Bonka: Precisamente eso es lo que sucede, empieza este voz a voz y este reguero de toda la crítica hacia el tropipop y de alguna u otra manera en ese momento varias de las bandas que estaban muy fuertes, (me incluyo) éramos personas demasiado jóvenes,

estábamos en un momento de nuestras vidas y nuestras carreras en donde realmente no tenías una madurez suficiente como para enfrentar algo así y obviamente nos asustamos y no solo eso sino que las personas que en ese momento nos manejaban y debían tener las riendas por el asunto, también se dejaron asustar, personas que en teoría deberían haber estado mucho más fuertes y defendiéndonos a nosotros, fueron las mismas personas que también se dejaron asustar y nos dijeron: No ustedes tienen que salir a hacer algo diferente, ustedes tienen que salir a hacer algo distinto, porque ya con esta crítica va a ver un problema gigante. Obviamente nosotros a los 16 años pues nos metimos un susto el verraco y hacemos un caso a la gente que nos maneja, sin necesariamente haber estado de acuerdo con ese cambio.

Alejandro Villalobos: A ustedes en ese momento creo que los manejaba Fernán Martínez ¿O no?

Alejandro González ex líder de Bonka: A nosotros en ese momento nos manejaba Fernán.

Alejandro Villalobos: Y el que decía ¿Que sí que tenían que cambiar el género?

Alejandro González ex líder de Bonka: El llegó y nos dijo que lo que él creía es que debíamos hacer un sonido mucho más internacional, un sonido que fuera de pronto depronto más tirando al pop, para poder salir de Colombia. Que Colombia, pues era importante para nosotros, pero si nosotros queríamos crecer teníamos que conquistar el mundo entero. Obviamente cuando usted tiene 16 años, lo coge y empieza a manejarlo Fernán Martínez, que es el manager de Juanes en ese momento. Usted claramente va a creerle todo.

Alejandro Villalobos: A los 16, a los 20 y a los 25 y a los 30.

Alejandro González ex líder de Bonka: Entonces obviamente pues nos dejamos llevar por eso. Nos fuimos para Estados Unidos, grabamos un disco mucho más pop, que para mi gusto y para

mi punto de vista personal es un disco que es espectacular, que es muy bueno, pero no es lo nuestro y no es un disco digamos que muy sincero o muy honesto. Entonces regresa el momento en donde ya nosotros crecemos, estudiamos música, tenemos argumentos no solo musicales sino una madurez adquirida a través de los años por todo lo que hemos logrado hacer en estos 10 años de carrera y llega un punto en donde decimos no nos podemos dejar asustar por nadie, no nos vamos a dejar asustar por nadie. El reggaetón estaba en su furor, o lo que sea y nosotros digamos que ya no estamos pensando en hacer la música por miedo a que no peguemos o a que el uno diga o a que el otro no diga, sino lo que nos gusta y en este momento estamos en el estudio con Mauricio Rengifo de Cali & el Dandee, grabando nuestro tercer disco que se viene absolutamente cargado de Tropicop obviamente de una manera distinta pues porque estamos en el 2013 con sonidos diferentes, de pronto con influencias distintas que hemos adquirido durante los años, con los sonidos que hemos conocido en el mundo, pero pues un disco muy honesto y muy sincero recargado de la esencia de Bonka y regresando al tropipop.

Alejandro Villalobos: Alejo, hablábamos y todo esto arranco en algún momento hace un rato, aquí hablando en el programa, que el regreso de Carlos Vives y el “Volví a nacer”. Finalmente Carlos Vives, es el hombre, el papa del tropipop, porque lo de él, es tropipop. Y vean lo que son las cosas, hace mucho Julio Sánchez que fue el que atacaba el tropipop, entrevistaba y aplaudía a Carlos Vives, por el regreso con esa música. Pero ¿Será que vuelve a nacer el tropipop?

Alejandro González ex líder de Bonka: Absolutamente, yo creo que ese regreso de Carlos, es importantísimo para el género y también le abre mucho los oídos a la gente nuevamente, porque como usted mismo me decía ahorita no es culpa de la gente, y no es que a la gente no le guste el tropipop, a la gente le fascina el tropipop, eso está comprobado y a la gente le encanta, y pues la gente con la que tengo la oportunidad de hablar y le digo pero venga pero a usted le gusta o no lo

gusta? y entonces si le gusta y en todos los iPods está la música, la gente en las fiestas lo pone. La diferencia es que pues en la radio o en los medios de comunicación es más pequeño el espacio para este tipo de música o era más pequeño el espacio. Y con Carlos Vives regresando y estando ahorita en el National Report punteando los listados, y todo, es impresionante como la gente está otra vez como abriendo los oídos y dándose una nueva oportunidad hacia el género, y los artistas pues a pesar de que ya desaparecieron muchos, están todavía trabajando por esto. Digamos nosotros que seguimos trabajando por el tropipop y seguimos abanderándolo y regresamos con el tropipop”, afirma.

Daniel Trespalacios: Alejo pero usted no cree cuando el reggaetón y todo esto se mete en la radio y los medios como usted dice, es porque no había tanto tropipop ya que poner uno acá en la emisora, entonces llegaban los regatonearos esto es lo que si hay. Teníamos cantidad para poner Se fueron a estados unidos estudiar, los otros abrieron, los otros vieron que no les funciono la canción entonces se acabó el grupo,

Alejandro Villalobos: Mauricio & Palo de Agua pelearon con la manager. Hagamos una cosa ya no profundicemos más en el tema, porque fue, si fue uno el de la otra emisora, Julio Sánchez, lo que allá sido, venga que vuelva, hagamos una campaña “El Tropipop Vuelve a Nacer”.

Alejandro Villalobos: Carlos, Maestro Vives,

Carlos Vives: Me parece interesante el tema, hola como estas alejo.

Alejandro Villalobos: usted qué opina de todo el tema del tropipop vuelve a nacer entonces

Carlos Vives: Este Alejo, Bailar contigo no ha sonado mucho hoy.

Alejandro Villalobos: Carlos estamos hablando de... ahorita organizamos eso... Venga, Bonka, Sin Animo de lucro, Mauricio & Palo de Agua, que hacemos con todo este...

Carlos Vives: Me quiero unir a tu campaña de que regresemos todos, de que vuelvan a nacer, de que estén conmigo, hagamos un disco en conjunto para darle fuerza a este tema del tropipop, el lanzamiento, un reconocido bar de Bogotá

Alejandro Villalobos: Si, ok, y la celebración y ¿El lanzamiento en donde en qué lugar?

Carlos Vives: En Gaira, ahí estaremos.

Alejandro Villalobos: En Gaira, Claro ¿A como el cover?

Carlos Vives: Bailar contigo solo dos veces Guillo solo dos veces en la Mega guillo.

Alejandro Villalobos: ¿Que opina la gente en twitter?

Las reacciones en las redes sociales no se hicieron esperar con el Hashtag #Tropipop. Los oyentes y la audiencia afirmaban lo siguiente:

#Que vuelva el tropipop que vuelva a nacer le damos otra oportunidad

#Que vuelva el tropipop nos encantaría que pusieran en la Mega más tropipop

Le apostamos al tropipop con Bonka y Wamba

#Tiene más contenido y letra el tropipop que el reggaetón

#Están dañando estas generaciones no directamente colocando esa música mala que solo habla de sexo por todo lado

#Es más música el tropipop que el reggaetón pero el reggaetón nos encanta

#El lenguaje y el baile del reggaetón le encanta mucho más a los jóvenes que el tropipop que es para viejitos”. (Gonzalez & Vives, 2013)

Luego de revisar la entrevista emitida el 6 de julio de 2013, a través la emisora de RCN, La Mega. Se evidencia como la radio es medio de comunicación veraz, concreto y contundente para debatir las problemáticas del tropipop. Por parte del Director de la Mega (Alejandro Villalobos) utilizo un lenguaje cortés, sabio e imparcial frente a un género que fue censurado por el periodista Julio Sánchez Cristo, en W radio. A lo cual el ex vocalista de Bonka (Alejandro González) responde con argumentos claros y veraces acerca de que el tropipop se acabó por la inmadurez de algunos artistas y el miedo de los managers, que confundidos buscaron la solución en cambiar el género. Un cambio que significo su declive en picada hasta su agonía pero nunca su fin. Mientras que el precursor del género Carlos Vives, propuso la creación de un disco en conjunto a los artistas más influyentes de la escena del tropipop, tomando como lugar de lanzamiento y celebración, su bar Gaira Cumbia House, ubicado en el norte de la capital. Un CD que nunca se grabó o lanzo en el mercado discográfico y mucho menos la campaña de la emisora

La Mega “El tropipop vuelve a nacer” funciono. El tropipop se estancó pero no desapareció, a algunos les gustaba a otros. Como por ejemplo el periodista Eduardo Arias quien en un artículo de la revista Soho asegura que: “El grave problema que tengo con el tropipop no son necesariamente sus músicos y sus canciones (así la gran mayoría me parezcan intrascendentes), sino que las casas disqueras y la radio comercial lo hayan impuesto a sangre y fuego, con esa mentalidad a corto plazo que tanto les ha funcionado para que las estrellas efímeras que se inventan suban como palma y caigan como cocos (..) Y me enferma esa fórmula facilista, diseñada para que muchachitos de estrato cinco y seis se emborrachen a nombre de Colombia es

Pasión y El Mejor Vividero del Mundo, esa fórmula repetitiva que le ha quitado espacio a la diversidad de propuestas que hacen los músicos colombianos a partir del folclor” (Arias)

La defensa del tropipop

Después de la tempestad viene la calma, es por eso que no todo el universo se confabulo en contra del género. Porque el apoyo se lo brindaron medios de comunicación como La Mega de RCN radio o Los 40 Principales del grupo PRISA, estaciones de radio que jamás cerraron las puertas a estos músicos. Si bien algunos de los artistas más influyentes en la escena del tropipop no tuvieron voz y voto, para encontrar una salida al momento del apagón del género en el año 2007. Las malas decisiones fueron de sus managers y casas disqueras, con el consentimiento de los artistas, claro está. Sin embargo fue un consentimiento y aprobación de los intérpretes que no gozaban de experiencia en la industria y en ese momento carecían de madurez musical. Por lo tanto según José Baquero ex baterista de Wamba: “Podríamos sacar muchas conclusiones. Una puede ser que el tropipop se vio amenazado por una mafia que por alguna razón intentó enterrarlo. Otra puede ser que los mismos artistas se asustaron y empezaron a mutar hacia otros géneros. Lo que nunca vamos a poder negar es que el tropipop fue clave no sólo para que la música folclórica llegara al mainstream y a las nuevas generaciones de la época, o para ratificarnos el inmenso poder de los circuitos musicales en el desarrollo de la industria musical, sino para hacernos caer en cuenta de que somos muy buenos destruyendo lo nuestro. Tal vez pudimos haber sido más tolerantes y entender que la música es un proceso subjetivo, de gustos y de sensaciones personales. Tal vez debimos haberle dado el valor que realmente tenía: que era nuestro y como nuestro debíamos protegerlo. Ahora, diez años después del boom debemos dejar de creer que merecemos copiar las propuestas foráneas antes de aceptar las raíces que recorren nuestra sangre. Tal vez debamos aceptar, de una vez por todas, que somos moldeables y

manipulables. Y finalmente debemos entender –como alguna vez debimos– que el tropipop es nuestro Pop. ” (Baquero, 2015)

El tropipop más que un género, es la identidad cultural a partir de un movimiento estudiantil, donde los adolescentes demostraron que las ideas nuevas, frescas y renovadas son importantes para llegar a ser un artista, por lo tanto Camilo Zapata, bajista de Wamba, afirma que: “El Tropipop era el folclor colombiano desde la interpretación de los jóvenes” (Baquero, 2015)

Por otra parte cuando nos adentramos a los géneros que influenciaron el tropipop como la Cumbia, el Vallenato o el Pop. Cada movimiento y corriente musical, aportaron un ingrediente para fortalecer el tropipop como un proceso de cambio en la industria, los jóvenes y por supuesto, el folclor. Sin embargo una Camilo Rivera, actual guitarrista de Consulado Popular y ex acordeón de Sin Ánimo de Lucro aseguro que: “No hay historias más sencillas que las del Vallenato y nunca nadie ha jodido con que Alejo Durán cantaba mal o tocaba mal. Pero el man contaba historias de su pueblo, de su cultura; era un juglar” (Baquero, 2015)

Hay que resaltar uno de las bandas con alto impacto en la escena del tropipop, ya que a través de su unión como músico, y más de 15 años de carrera musical, son la agrupación Mauricio & Palo de Agua, quienes aún en el 2016, han experimentado cambios en la manager, sello discográfico y bajista. Pero el resto de los miembros de la banda, incluyendo su vocalista (Mauricio Rodríguez), siguen activos y debutan este año con la canción Mala. Para el líder de la banda, El tropipop, aún sigue vivo y vigente, lo que ocurre es que ha venido evolucionando con más sonidos electrónicos, y “anglo” para explorar nuevos mercados a nivel mundial. Es un género en el que todos en la banda creemos, sentimos, y amamos lo que hacemos: Música”.

CAPÍTULO 4

CANCIONES DEL TROPIPOP: UN DESNUDO DE LA LETRA, EL INTÉRPRETE Y EL COMPOSITOR.

Cuando nos referimos a la música, tenemos que tener en cuenta que es un conjunto de muchas características, rasgos, distinciones, sonidos, instrumentos, voces, compositores, interpretes, canciones, letras, entre otros. Todas estas coyunturas tienen un juicio de valor, respuesta y prejuicio de los melómanos, las multitudes, los críticos y por supuesto el público. Según la DRAE música tiene varios significados entre los cuales cabe mencionar el siguiente: “Melodía, ritmo y armonía, combinados.” (RAE, 2001) Es una definición que sintetiza un poco dos enamorados como lo son la música y cultura. Es decir que las melodías, ritmos y armonías, son sonidos que fusionados y a través de instrumentos, una agrupación, un sello discográfico, manager, artistas, etc. Buscan y exploran ecos para transmitir al público, alegría, melancolía, tristeza, libertad de expresión, cultura, mensajes de responsabilidad social y cuidado del planeta. Sin embargo es importante resaltar que algunos artistas con o sin intención muchas veces influyen en sus seguidores, marcando tendencias en la moda, la ideología, y hasta en la forma de hablar y ver la vida. Lamentablemente entre esas tendencias no está presente el reconocimiento hacia el compositor. Quien ante la especulación y recepción del público, es un desconocido para muchas masas, fans y seguidores de un artista, que muchas veces es el cantautor de una canción, pero otras veces es solamente el intérprete. En la escena musical del pop y del rock, no cabe duda mencionar un ejemplo claro de esta problemática entre intérprete, compositor y público. Es el caso de Roberto Fidel Ernesto Sorokin Esparza, cuyo nombre artístico es “Coti Sorokin”, un artista argentino, que ha compuesto canciones muy famosas como: “Color esperanza”, “Donde estás corazón”, “Te quise tanto”, “Luz de día”, “Andar conmigo”, entre otras. Fueron

interpretadas en orden por Diego Torres, Enrique Iglesias (Co-Autor), Paulina Rubio, Los Enanitos Verdes y Julieta Venegas. Lo cual con el tiempo lo hizo lanzar al mercado el álbum “Lo dije por boca de otro”. También colaboro en el desarrollo y éxito de uno de los álbumes argentinos más importantes en la escena del rock nacional e internacional “Honestidad brutal”, de su compatriota Andrés Calamaro Masel. El ejemplo constatado anteriormente, hace parte de una problemática que se evidencia en el bajo conocimiento e ignorancia del público ante el artista, por ir más allá, investigar e indagar la mística de una canción. Es decir saber expresarse al momento de hablar de una canción no solamente hacer referencia a la banda, artista, staff o sello discográfico. Sino que el compositor juega un papel transcendental, pues sin demeritar el papel del interprete y todo el conjunto para darle vida a una canción.

Hay que aclarar que la intención del autor no es poner en tela de juicio o comparar interprete, artista o público. Es como se mencionó anteriormente hacer un reconocimiento al papel que desempeña un compositor en la cultura, sociología, musicología y en la humanidad, a través de la composición de una canción. Es por eso que este maestro de la música estampa a través de la tinta letras que brillan en el papel de un pentagrama, hoja de cuaderno o una pared, para luego ser interpretadas por algún artista, que tiene la valentía para cantarla. Además el compositor es un artista prolífico que fusiona sus sentidos y los sentidos del público, el intérprete y la banda. Es una amalgama entre la realidad y la fantasía. Muchas de las técnicas de composición, necesitan relajación, adrenalina, amor, desamor, rumores y situaciones reales, que se llevan a cabo mediante la observación, escucha, el tacto, el sabor y olor de quienes las viven en carne propia con autonomía o quienes les tocó vivirlas.

Grandes compositores del tropipop son también grandes músicos pero entonces ¿Por qué deciden ceder y vender, los derechos de una canción? Porque cada persona tiene un rol en la

música, el artista e interprete, tiene la oportunidad no solo de cantar, sino de transmitir y volver un himno nacional e internacional una canción. No obstante vivir de la música es una decisión individual que posteriormente tendrá un impacto colectivo en la fama y el éxito, o el anonimato. Los sabios y honorables hombres de la patria decían hace un tiempo en “La candelaria” un barrio famoso de Bogotá: “Los poetas son malditos y benditos, son bohemios y toman vino tinto”. Es por eso que no hay que caer en prejuicios y falacias sobre que artista canta mejor, o quién tuvo más éxito con determinada canción, sencillamente es reconocer y comprender que los derechos de una canción están bajo los parámetros de la propiedad intelectual, y amparados por las leyes de derechos de autor. Es por eso que existen diferentes instituciones como: “La OSA (Organización Sayco Acinpro) es una organización con personería jurídica y autorización de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, que tiene el objetivo de efectuar el recaudo por Comunicación Pública de obras protegidas a nivel nacional para entidades como SAYCO (Sociedad De Autores y Compositores De Colombia), ACINPRO (Asociación Colombiana De Intérpretes Productores Fonográficos), Acodem (Asociación Colombiana De Editores De Música), APDIF (Asociación Para La Protección De Los Derechos Intelectuales Fonogramas Musicales), CDR (Centro Colombiano De Derechos Reprográficos), MPLC (Motion Picture Licensing Corporation)” (Acinpro, 2016).

* Las canciones seleccionadas para este análisis cultural, político, sociológico, económico, entre otros. Son escogidas bajo el libre albedrío del autor de este trabajo académico. La intención no es criticar o juzgar las siguientes canciones: “Canto caribeño”, “Mi primer millón” “La mona” “El parrandero” “No te pido flores” bajo los estándares de si es o no “Obra de arte del tropipop”. El objetivo es indagar, más allá del coro, o la melodía, es desmitificar, y desnudar poco a poco la historia de cada canción, para sentir la piel de cada letra. La

imparcialidad, ética periodística, el respeto al género, sus artistas y por supuesto el folclor colombiano.

Álbum: “Canto Caribeño”

Año: 2004

Canción: “Canto Caribeño”

Compositor: Mauricio Rodríguez Pinilla

Intérprete: Mauricio & Palo de Agua

La mañana va llegando

hasta la playa

Y el azul del día ya

florece

La alegría y el canto de

mi pueblo

Reflejan de nuevo el

continente

Las palmeras en las

costas caribeñas

Eran la inspiración de

mis ancestros

Solo echaban un vistazo

al grande cielo

Y entonaban este canto

parrandero

Ese canto canto hermoso

caribeño

Que me inspira con el

alma parrandero

Con las congas, los

timbales, panderetas

Acordeones guacharacas

y trompetas

Con las palmas voy

llevando el ritmo alegre

Pa entonarte este canto

caribeño

Coro:

Ya te tengo, no te deajo

No te vayas te lo ruego

Que si tú me dejas

me muero

Sin tus besos yo me

enloquezco

Ese canto canto hermoso

caribeño

Que me inspira con el

alma parrandero

Con las congas, los

timbales, panderetas

Acordeones guacharacas y trompetas	Y en mis canciones poderte llevar	Y nunca nunca te podre olvidar
Con las palmas voy llevando el ritmo alegre	y así tenerte prendida a mi piel	Tú eres la magia que me hace soñar
Pa entonarte este canto caribeño	Para que nadie te pueda arrancar	Toda la vida te voy a cantar
Coro	Coro	Coro
Quiero gritar, quiero cantar	Te voy a amar hasta el final	

LA CANCIÓN AL DESNUDO

. El inicio del aullido y el eco del mar, clamando la calma de las negritudes y pidiendo auxilio por el respiro de la naturaleza. Sin embargo, para Mauricio Rodríguez (Voz líder de Palo de Agua) más que “Un Canto Caribeño”, es un himno a su país: Colombia. Un homenaje a los gritos de los esclavos de la Costa Caribe, a la cumbia, al folclor, al croquis que sigiloso, frágil y audaz, recorre cada rincón del país. Ya que cuando el compositor escribió: “Las palmeras en las costas caribeñas, eran la inspiración de mis ancestros, solo echaban un vistazo al grande cielo, y entonaban este canto parrandero”. Esta suave y delicada letra es un homenaje a los ancestros y caciques del vallenato, quienes a través cantos campesinos, estampaban en la música de acordeón, parrandera, paseos provincianos, sonos magdalenenses o caratejo. Las historias de su vida cotidiana, amores y desamores.

Cuando Mauricio Rodríguez (Voz líder de Palo de Agua) interpreta: “Con las congas, los timbales, panderetas, acordeones, guacharacas y trompetas”. Se hace alusión a los instrumentos más representativos del tropipop. Una canción que parece que fuera dedicada a una mujer cuya cintura es su croquis y sus cordilleras. “Para que nadie te pueda arrancar” Es una forma de identidad nacional y patriotismo, para recordar el pasado de un “País sin memoria”. Por ejemplo luego de la guerra de los mil días, el 3 de noviembre de 1903 se perpetuó la separación de Panamá de Colombia. Por lo que los límites geográficos cambiarían, y el “Nuevo continente” tendría reflejado en la adhesión y constitución de un nuevo país. También como olvidar la fantasía de tener un metro en la triste realidad Bogotá no fue posible ejecutarlo por las malas decisiones de la maquinaria política. La disputa del archipiélago de San Andrés y Providencia con Nicaragua, etc.

El coro sin duda es una fusión entre lo mustio y el regodeo, es decir que transmite “Amores y odios” por una nación y una persona: “Ya te tengo no te dejo, no te vayas te lo ruego, que si tú me dejas me muero, sin tus besos yo me enloquezco”. Son las palabras del sufrimiento de un inmigrante que tiene que vivir con los recuerdos de sus costumbres, cultura, mitos, leyendas, y lo más doloroso la distancia con la familia y los seres queridos. Sin embargo, su bandera tricolor: amarillo, azul y rojo. Está presentes en su corazón, en su voz, porque “El que no quiere su madre, no quiere su patria”.



Según la DRAE caribeño significa: “Natural de la región del Caribe o de los territorios que baña el mar Caribe” (RAE, 2001). Por otra parte es importante destacar que en el Caribe tiene su propio lenguaje: El español Caribeño: “Se incluyen bajo esta categoría los países hispanohablantes de Cuba, Puerto Rico, la República Dominicana y Panamá, además de las zonas costeras de Venezuela y Colombia. Los demás países centroamericanos contiguos al mar Caribe (Costa Rica, Honduras, Guatemala y, en un grado menor, Nicaragua) tienen un perfil lingüístico muy diferente. (...) Las variedades del español habladas en la cuenca del Caribe son paradigmáticas de lo que etiquetamos más arriba como español de tierras bajas. Por lo tanto se caracterizan fonéticamente por un vocalismo cuya estabilidad contrasta con la variabilidad del sistema consonántico. Como veremos en la sección siguiente, se trata hasta cierto punto del mismo elenco de rasgos que caracterizan al andaluz y al canario (...) Sin embargo, en caribeño como en toda variedad donde se suele aspirar /s/, es un marcador sociolingüístico. Es decir, los hablantes son conscientes de la “incorrección” del fenómeno, y

se empeñan en realizar la sibilante en registros formales y cultos. Inevitablemente, los hablantes más educados logran hacer esto con más frecuencia que los menos educados, pero en todo caso el fenómeno se deja medir únicamente por vía estadística, pues la frecuencia de uso de (s), (h) y elisión no es predecible en un enunciado determinado: los hablantes caribeños son perfectamente capaces de decir (eh tá ha kí) en una ocasión y (es tá sa kí) cinco minutos más tarde. (...) En la morfosintáctica, la zona caribeña destaca por fidelidad absoluta al tuteo y ciertas particularidades sintácticas. Muy llamativa, por ejemplo, es la no inversión de sujeto pronominal y verbo en oraciones como ¿Cómo tú te llamas? Y ¿que tú quieres? También está muy generalizado el uso de sujetos pronominales de infinitivo después de preposiciones, especialmente para: para yo creer eso, donde otros dialectos prefieren para creer eso yo o para que yo crea eso". (Pharies, 2010)

Álbum: “Caraluna”

Canción: “Mi primer millón”

Año: 2002

Compositor: Sergio George y Jorge Villamizar

Intérprete: Bacilos

Yo solo quiero pegar en la radio	Vender ilusiones que rompan diez mil corazones	Por todos lados esta canción
Yo solo quiero pegar en la radio	Coro	Desde San Juan hasta Barranquilla
Estoy ya cansado de estar endeudado	Yo solo quiero pegar en la radio	Desde Sevilla hasta Nueva York
De verte sufriendo por cada centavo	Para ganar mi primer millón	Yo te repito que
Dejémoslo todo y vámonos para Miami	Para comprarte una casa grande	Me van a escuchar En la radio en
Voy a lo que voy, a volverme famoso	En donde quepa tu corazón	la televisión
A la vida de artista, a vivir de canciones	Yo solo quiero que la gente cante	Y así será mi primer millón

Apenas lleguemos	En donde quepa tu	Por todos lados esta
llamamos a Emilio	corazón	canción
Yo tengo un amigo,	Yo solo quiero que la	Desde Guayaquil a Santo
amigo de un amigo	gente cante	Domingo
Con línea directa al cielo	Por todos lados esta	Desde Tijuana hasta
de tantas estrellas	canción	Salvador
Después andaremos de	Desde Kabul hasta	
aquí para allá	Curaçao	Échale pa' delante o
Con Paulina Rubio y	Desde Callao hasta	echale pa' allá
Alejandro Sanz	Panamá	Que echa pa' delante,
Tranquila querida,	Coro	echa pa' delante
Paulina solo es una	Yo solo quiero pegar en	Ya quiero salir de esta
amiga	la radio	bicicleta
Coro	Para ganar mi primer	Salir a rumbear sin
Yo solo quiero pegar en	millón	pensar en la cuenta
la radio	Para comprarte una casa	Comprarte un vestido de
Para ganar mi primer	grande	Oscar de la Renta
millón	En donde quepa tu	Tranquila que ahí viene
Para comprarte una casa	corazón	mi primer millón
grande	Yo solo quiero que la	(Y como digo yo)
	gente cante	

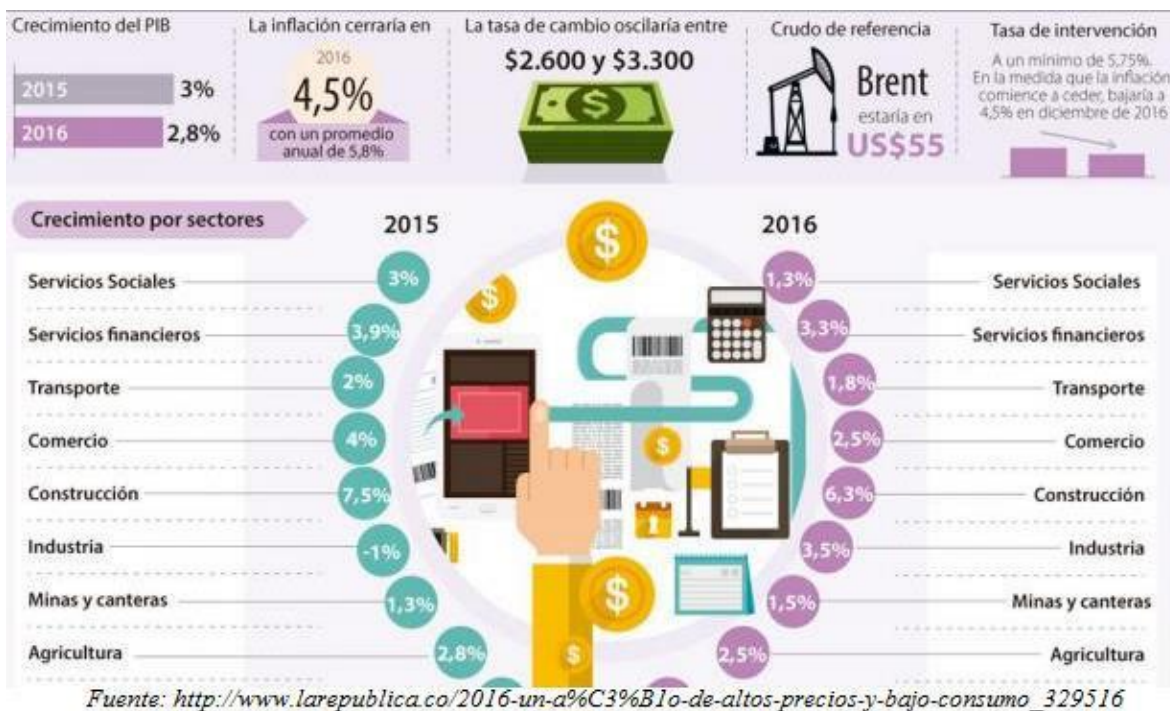
	Para ganar mi primer	Desde Madrid hasta
	millón	Nueva York
Yo solo quiero pegar		
en la radio	Para comprarte una	
	casa grande	Yo solo quiero pegar en
Yo solo quiero pegar	En donde quepa tu	la radio
en la radio	corazón	
Yo solo quiero pegar		Para ganar mi primer
en la radio		millón
Yo solo quiero pegar	Yo solo quiero que la	Para comprarte una casa
en la radio	gente cante	grande
	Por todos lados esta	En donde quepa tu
	canción	corazón
Yo solo quiero pegar		
en la radio	Desde San Juan hasta	
	Barranquilla	

LA CANCIÓN AL DESNUDO

Los violines y las trompetas son protagonistas de esta canción ya que en cada nota estos instrumentos hacen brillar la mezcla entre lo clásico y lo tropical. Es una canción que desde su primera estrofa: “Yo solo quiero pegar en la radio” cuenta de una forma divertida, satírica, cómica y humorística la vida de un artista que anhela ganar un millón de pesos, para adquirir cosas materiales como una bicicleta o cosas emocionales como el amor de una mujer. Por ejemplo cuando los compositores afirman: “Ya quiero salir de esta bicicleta, salir a

rumbear sin pensar en la cuenta” es lo místico del cachaco, es decir también es la descripción de un “Rolo” que quiere vivir como un “Rolo Americano, en el norte de Bogotá: Miami. Sin duda que quiere salir de la bicicleta, porque desafortunadamente la desigualdad en Colombia, hace que hasta una bicicleta sea ojo del hampa. Hampa que también es atroz en la vida nocturna en Bogotá.

Sin embargo si hoy Jorge Villamizar, Sergio George y Bacilos decidieran comprar una “Casa grande” no alcanzaría ni para un corazón. Porque un millón de pesos colombianos (1.000.000 COP) no alcanza ni para la canasta familiar, esa es la realidad de este país, le faltarían no más la suma de trescientos mil pesos para comprar y aspirar a algo, ya que: “Se estima que la canasta básica en Colombia cuesta \$1.300.000, por lo que un incremento del IVA, aunque sea dos puntos, es difícil de costear con un sueldo de \$644.350. De manera que si el incremento salarial es tan solo unos puntos porcentuales arriba del 6,7% y si también se aprueba el cambio en el impuesto al consumo, se podría presentar otra pérdida de poder adquisitivo en este grupo de trabajadores. Y no hay que olvidar que este año ya perdieron 2% de capacidad de comprar”. (Vega Barbosa, 2015)



La otra consecuencia de irse con un millón de pesos colombianos (1.000.000 COP), en un vuelo hacia Miami, era el “American Dream o Sueño Americano” de muchos colombianos, algunos lo lograron otros se ahogaron en ese mar de mentiras. Porque en el año 2002, \$ 1.00 Dólar equivalía a \$ 2,275.35 Pesos Colombianos. Por lo tanto un millón de pesos colombianos (1.000.000 COP) equivalían a \$ 439.49 Dólares.

Actualmente, en 2016, \$ 1.00 Dólar equivalía a \$ 2,970 Pesos Colombianos. Por lo tanto un millón de pesos colombianos (1.000.000 COP) equivalían a \$ 340.00 Dólares.

Es decir que en casi 14 años desde que se lanzó la canción “Mi primer millón”, también la banda, el intérprete, la disquera y el compositor, debieron tener en cuenta de que al ganar ese primer millón era mejor cubrir las deudas de producir un CD, el promotor de radio, marketing, publicidad, etc.

Pero el co-autor de esta canción Jorge Villamizar ¿Qué hizo con su primer millón?

“Luego de alcanzar el éxito y conseguir mi primer millón me compré una motocicleta con todos los lujos, todos los juguetes. De ahí hice locuras, me arrendé un apartamento 3 meses en Cartagena, luego me alquilé un apartamento en París yo solo. Me enamoré de una parisina, casi me quedo allá y ahora pienso ¿qué diablos estaba haciendo?” (Blue Radio, 2015)

Álbum: “Lo que nunca nos contamos”

Canción: “La Mona”

Año: 2006

Compositor: Alejandro González

Interprete: Bonka

No era una noche como	Y sobre la noche una	[Coro]
las otras	parranda	
Ay todo la hacía ver más	Aquella ves.	Con esa mona que baila
hermosa	Con un aguardiente en la	Que le encanta
No era la luna ni las	mesa	Y lo enloquece en esa
estrellas	Mezclándolo con cerveza	noche de parranda
Pero algo la hacía ver	Yo la miraba bailar	Esa que lo ignora Que no
más bella	Y mi amigo aquí a mi	le da ni la hora
Sus ojos su boca su	lado	Esa que todos los
sonrisa.	Me advertía fuerte y	viernes se va a bailar
Hacían de la noche una	claro	
más linda	Mi hermano no se vaya a	Esto nunca pudo
Y acompañándola una	ilusionar	haber pasado
guitarra		

Con la niña que me ha	Mezclándolo con cerveza	[Coro]
enamorado	Yo la miraba bailar	
Con la que robo	Y mi amigo aquí a	Yo la quiero volver a ver
mi corazón	mi lado	Y en mis brazos
Y esta parranda se llevó	Me advertía fuerte y	poderla tener
Aquella ves	claro	Quiero tenerte aquí a mi
	Mi hermano no se vaya	lado
a Con un aguardiente en la ilusionar		Estar siempre
mesa		enamorado Como
		aquella ves

LA CANCIÓN AL DESNUDO

Es una canción en donde se “Endiosa” y halaga a una mujer rubia, que es muy atractiva y seductora. Además es un título muy apropiado “La mona” para el álbum: “Lo que nunca nos contamos” porque el protagonista de la canción, es un hombre al que esa mujer nunca le paró bolas, es básicamente “Un amor platónico”. Las escenas nos transportan a la típica fiesta bogotana, en donde “La rola” de la canción algunas veces los viernes, se viste elegante, refinada, con tacones, falda y delicada, para disfrutar de vida nocturna de la capital, “rumbeando” o “parrandeando” en algún establecimiento, discoteca, pub o bar de la ciudad. Este tipo de fiestas generalmente y como lo menciona el compositor consta de: “Un aguardiente en la mesa, mezclándolo con cerveza” En el caso del aguardiente, es una bebida alcohólica muy popular en Colombia, “El primer trago no se deja saborear. Se bebe

arrugando las cejas, con los mismos gestos que hacen los niños cuando toman a regañadientes un remedio. En cuanto entra, de un solo envión, despierta su furia e invade la boca con un frío hirviente que araña la garganta. Cada copa de aguardiente es un dulce corrientazo de unas 200 calorías concentradas en 1,5 onzas de esencia de anís, agua, azúcar y 29 grados de alcohol extraneutro o tafia como se conoce en la industria” (Izquierdo, 2016) . Por lo tanto el alcohol ha embriagado algunas canciones con amor, desamor, melancolía o tristeza, para que cura para que las heridas causadas, por una mujer queden en el olvido.

Según la DRAE (2001) Mona tiene varios significados: “Dicho de una persona: Que tiene el pelo rubio. U. t. c. s.” “Mamífero cuadrumano de unos 60 cm de altura, con pelaje de color pardo amarillento, grandes abazones, nalgas sin pelo y callosas, y cola muy corta, que se cría en África y en el peñón de Gibraltar, y se domestica fácilmente”. “Embriaguez, borrachera” (RAE, 2001)

El origen de la canción surge a partir de que la mayoría de hombres han tenido un fetiche por una mujer rubia o mona, en la oficina, servicio público, universidad, colegio, un bar o pub. Por lo tanto ese tabú es resurgido mediante el compositor de la canción (Alejandro González) ya que dice: “Hacían de la noche una más linda, y acompañándola una guitarra, y sobre la noche una parranda” Es decir que la noche era cómplice de la belleza y al mismo tiempo era testigo de un homenaje al vallenato con la parranda. También en el verso: “Y mi amigo aquí a mi lado, me advertía fuerte y claro, mi hermano no se vaya a ilusionar”. El compositor expresa en la letra la expectativa y el interés de un hombre seducido, apasionado y prendado a la belleza y el primor de una mujer. Sin embargo la terquedad y el orgullo son hostiles ante los consejos y experiencia de un amigo, que solo busca que este enamorado no sufra.

Respecto a ejemplos concretos de mujeres que no eran monas o rubias y se cambiaron el look por convicción, tendencia o moda: Shakira, Marilyn Monroe, Madonna, Elsa Pataky, Victoria Beckham, Beyoncé, Kim Kardashian, Lindsay Lohan, Miley Cyrus, entre otras. Es ¿Un problema cultural o de autoestima? Según “El neurólogo indio Vilayanur S. Ramachandran, profesor de la Universidad de California, las rubias gustan más por esa palidez que las caracteriza y que permite notar con facilidad cómo se encuentran de salud, su edad aproximada y, en muchos casos, incluso los intereses sexuales. José Manuel González, director del Centro de Psicología y Sexología (Cepsisex), explica que varias investigaciones importantes han demostrado que las mujeres de cabello claro tienen menos testosterona que las de cabello oscuro. Esto quiere decir que las primeras representan mayor feminidad, ternura y alegría. Son menos agresivas y sus facciones más infantiles, semejantes, muchas veces, a las de una Barbie, lo cual resulta bastante atractivo para el género masculino. El antropólogo Desmond Morris coincide en que la feminidad es un factor clave para comprender la fascinación que producen las rubias, especialmente en países como los latinoamericanos, donde no son tan comunes. Y asegura que son bastantes los hombres para quienes la suavidad y delicadeza de la que parece gozar este tipo de pelo se convierte en un estímulo durante el sexo”. (Suárez, 2014)

Álbum: “Master en parranda”

Canción: “El parrandero”

Año: 2007

Compositor: Miguel Henao Henao

Interprete: Sin Animo de Lucro

Es que yo no entiendo lo q pasa	(Y eso de donde mi hermano)	Y que no me esperen en mi casa
Ya no me soportan en mi casa	Lo saque de casa en casa	Que me tengan un caldito 'e pollo
Es que yo soy bueno es pa gozar	En horarios extendidos desde el jueves a	Porque si no me vuelvo un rollo
Que nunca me voy a graduar	domingo hasta los lunes festivos	Y me devuelvo pa' mi parranda
De ingeniería ni abogacía (y menos en economía)	!!!Los lunes festivos!!! Ay que culpa de ser parrandero	(Un traguito...upa.. ay que rico país)
Pero tengo master en parranda	Ay que culpa de pasar tan bueno	A las fiestas siempre llego

Con mi guitarra y mi sombrero	Y me devuelvo pa mi parranda	!!!A seguir el parrandón!!!
Y a la hembra que me encuentre	Yo nunca he negado	Le clavo el diente
Ay pobre le clavo el diente	un trago	Que parrandón eeeeh!
Y esa nunca se arrepiente	Y hay quien dice que eso es malo	Ay que culpa de ser parrandero
!!Le clavo el diente!!	Yo no soy maleducado	Ay que culpa de pasar tan bueno
Ay que culpa de ser parrandero	No dejo a nadie iniciado	Y que no me esperen en mi casa
Ay que culpa de pasar tan bueno	Mucho menos con un guaro	Que me tengan un caldito 'e pollo
Ay que no me esperen en mi casa	Yo no conozco el guayabo	Porque si no me vuelvo un rollo
Que me tengan un caldito 'e pollo	Sobretudo yo!	Y me devuelvo pa mi parranda
Porque si no me vuelvo un rollo	Porque siempre lo he empatado	
	Con una botella 'e ron y Una tacita de limón	
		lilililarilareee

lilililarailareee

lilililarailaraaa

!!!Que parrandón eeeh!!!

LA CANCIÓN AL DESNUDO

Desde el principio suena como un “Vallenato al estilo rolo”, en donde la sabrosura de la canción no está cundida de Ron o Wiskey, por el contrario es el Aguardiente de Cundinamarca que le da el ingrediente capitalino. Aunque la canción puede parecer regionalista, en la estrofa donde se dice: “Que rico país” deja claro que no es así.

La canción es el reflejo de un hombre o mujer en donde la fiesta, rumba, juerga, jolgorio y parranda, no son solo su carrera sino como su álbum “Un master en parranda”. Es decir es el reflejo de muchos estudiantes en las que sus prioridades son rumba, mujeres y alcohol. Se podría considerar como “El sex, drugs and rock and roll” de los Tropipoperos.

Cuando el compositor dice: “A las fiestas siempre llego, con mi guitarra y mi sombrero”. Se hace un homenaje al sombrero vueltiao, que es un símbolo cultural, nacional e internacional y por supuesto un icono en la vestimenta del tropipop.

Por otra parte la jerga y el lenguaje que se utiliza en la canción, es una amalgama y un homenaje a Colombia. El acordeón, se mezcla con la voz de la capital, el aguardiente con el sabor costeño de una botella de ron, el clavar el diente a una caleña y por supuesto no dejar iniciado a un paisa con un guaro y una tacita de limón.

En otro fragmento de la canción el compositor afirma: “Es que yo soy bueno es pa gozar, que nunca me voy a graduar, de ingeniería ni abogacía y menos en economía. Pero

tengo master en parranda, y eso de donde mi hermano, lo saque de casa en casa, en horarios extendidos desde el jueves a domingo hasta los lunes festivos” Es la descripción de un individuo en donde sus prioridades son las relaciones públicas y sociales, por encima de lo académico. El “Master en parranda” es un homenaje al vallenato, que influenció fuertemente al género del tropipop y por supuesto una analogía entre un profesional que obtiene un master en algún ámbito profesional o una persona que consigue un master pero porque se caracteriza por ser fiel a la rumba y perseverante con la fiesta, es decir un cartón o título de parrandero.

Dicen por ahí: “Cría fama y échate a dormir”, lo cual le ocurre a millones de Colombianos, de la popularidad que tienen frente al consumo de alcohol, sin embargo la siguiente gráfica muestra que “Los parranderos son los excesos”.



El 19,2 % de la población entre los 18 y 24 años tienen un consumo de licor riesgoso para la salud. El 42,2 % de la población que ingiere licor del estrato 1 se toma diez cervezas o más cuando dedica un tiempo a esta actividad.

Elpaís.com.co

Según el diario elpaís.com.co: “Colombia no es un país de borrachos sino de malos tomadores. Aunque en Colombia las estadísticas señalan que el consumo general de alcohol es bajo, el problema es que cada vez que los ciudadanos deciden tomar, lo hacen en exceso. Esa es la conclusión a la que llegan expertos vinculados al Ministerio de Salud a través de diferentes estudios realizados en relación a los patrones actuales de consumo de alcohol en Colombia, los que evidencian malas prácticas a la hora de ingerir licor. Tomar en vía pública, tener como objetivo emborracharse, pensar que con el licor se llega a la euforia y animación o que ‘se curan las penas del alma’, son algunas de las acciones y creencias que influyen en que la cifra de accidentes viales y otro tipo de siniestros vaya en aumento, según Carlos

Arturo Carvajal, consultor del Ministerio de Salud y de la Secretaría de Salud de Bogotá”

(Redacción de El País, 2013)

Álbum: “Lágrimas cálidas”

Canción: “No te pido flores”

Año: 2006

Compositor: José Gaviria

Interprete: Fanny Lucía Martínez Buenaventura (Fanny Lu)

Si se fue yo no sé bien	Y ya no quiero ser	Que me diga que tú
Aun me resigno a no	Tan débil como el viento	me quieres
entender	Cuando la tormenta se ha	No te pido que
Que pasan noches ya	ido	te confieses
sin el	Que ya no sopla y	Ni que prometas ni
Como antes de que	esta fría	que reces
fuera mío	Sin tu calor	Yo solo quiero que
Definitivo yo no se	Coro:	me digas
Una semana y será un	No te pido que traigas	Que no hay mujer
mes	flores	que más admiras
Que pasa un día sin	Tampoco que me des	Ay diosito!!!
que muera	bombones	
Suspirando en el vacío	Yo solo quiero una	Aja!!
	caricia	

Tal vez se nos fue el amor	No te pido que traigas flores	A mí me da pena contigo
Por la puerta en donde entro	Tampoco que me des bombones	Que no es así de sencillo
Quizás en algún descuido	Yo solo quiero una caricia	Ganar de nuevo mi afecto
Se escapó sin darnos cuenta	Que me diga que tú me quieres	Que mi amor ya tiene un precio
Definitivo este dolor	No te pido que te confieses	A mí me da pena contigo
Que me condena y me lastima	Ni que prometas ni que reces	No te trasnoches connigo
Sera la suerte quien decida	Yo solo quiero que me digas	Sé que nunca fue perfecto
Si me mejoro o me domina	Que no hay mujer que más admiras	Pero mi amor ya tiene un dueño
Y ya no quiero ser		A mí me da pena contigo
Una hoja de papel	Ay ay ay!!!	Que no es así de sencillo
Que se escribe día a día		Ganar de nuevo mi afecto
Solamente con tu vida	Viene-viene!	
Te digo mi amor		

Que mi amor ya tiene un precio	Que me diga que tú me quieres	Que mi amor ya tiene un precio
A mí me da pena contigo No te trasnoches conmigo	No te pido que te confieses Ni que prometas ni que reces	A mí me da pena contigo No te trasnoches conmigo
Sé que nunca fue perfecto	Yo solo quiero que me digas	Sé que nunca fue perfecto
Pero mi amor ya tiene un dueño	Que no hay mujer que más admiras	Pero mi amor ya tiene un dueño
No te pido que traigas flores	A mí me da pena contigo	A mí me da pena contigo
Tampoco que me des bombones	Que no es así de sencillo Ganar de nuevo mi afecto	Que no es así de sencillo Ganar de nuevo mi afecto
Yo solo quiero una caricia	afecto	Que mi amor ya tiene un precio

LA CANCIÓN AL DESNUDO

“La reina del tropipop” interpreta una canción con sentimiento a pop, sabor a vallenato, y para bailar como una cumbia. Es una composición del cantautor José Gaviria, donde la intención de la canción es poner los sentimientos por encima de lo material. Es decir

que una flor se marchita con el tiempo, pero el amor se puede cautivar con besos, caricias y sinceridad. Tiene un ritmo pegajoso, una melodía que abraza al vallenato y una letra al mejor estilo del pop.

Lo que Gaviria quiere transmitir a través del coro: “No te pido que traigas flores, tampoco que me des bombones, yo solo quiero una caricia, que me diga que tú me quieres, yo te pido que te confieses, ni que prometas ni que reces, yo solo quiero que me digas, que no hay mujer que más admiras” Es expresar la dicotomía entre amor de sentimientos y amor de dinero, es decir un dilema entre el corazón y la billetera, puesto que quiere que esa persona que le diga la verdad, pero no a través de rosas, flores, chocolates, o cualquier detalle que tenga algún valor monetario, sino por el contrario quiere que esos detalles sean pasiones, emociones, besos, caricias, afectos de amor. Sin embargo el compositor aclara que recuperar ese “amor” no es tan fácil pues como se analiza en este verso la mujer está asumiendo para que la recupere ella tiene un precio y no necesariamente es económico: “Que mi amor ya tiene un precio, a mí me da pena contigo, no te trasnoches conmigo, sé que nunca fue perfecto, pero mi amor ya tiene un dueño” Además es una historia de despecho y resentimiento escrita por un hombre, interpretada por una mujer, pero con un mensaje claro:

“Donde hubo fuego cenizas quedan” es decir que por más que la mujer tenga un nuevo dueño, aún no olvida aquel hombre que en algún momento la hizo feliz, pero ella busca la sinceridad de algo que está oculto ¿Infidelidad o monotonía? Esa es la mística de la canción.

Las flores y los bombones, son un estereotipo del hombre del siglo XX, pero ese estereotipo ha evolucionado en el siglo XXI, con el hecho de que las flores ya no son solamente una muestra de amor. Las flores se siembran en los jardines de las casas y ciudades de Estados Unidos, el mayor consumidor y comprador de flores del mundo, para armonizar

los ambientes, el oxígeno, bajar los índices de contaminación visual, y uno de los días con mayor demanda de flores en el mundo es el día de San Valentín (14 de febrero). Por ejemplo

“La demanda mundial de flores y plantas está estrechamente asociada al desarrollo económico de las naciones y a las exigencias del consumidor. (...) Holanda es el principal abastecedor para Alemania, Suiza, Francia y el Reino Unido. En América, Colombia es el principal oferente de flores con destino a EE.UU. y Ecuador es el segundo”. (Dacateca, 2007)

Conclusiones

El tropipop es un género musical Colombiano que nació a comienzos del siglo XXI, en Bogotá. Una metrópoli que acogió este estilo como el primer espacio y escenario musical, para su desarrollo y crecimiento, hasta convertirse en un referente dentro de la música tropical, ya que se caracterizó por la fusión de la cumbia, vallenato y pop. El rol de Bogotá en relación con el origen del tropipop, es esencial para comprender la atmósfera de la ciudad junto al escenario de los artistas. Es decir cómo se fusionan la cultura de la capital con la aparición de un nuevo género musical. Esta fusión evidencia en la relación entre el artista y sus seguidores, a través de paz interior, espiritualidad, tristeza, nostalgia, alegría, felicidad, entre otras. Sin embargo esto se va transformando de acuerdo a como se adapten esas emociones, sentimientos y recuerdos, a los colores, olores, sabores, sonidos y texturas de una urbe como Bogotá. Esas transformaciones se evidenciaron en las tendencias y cambios en la moda, ya que influenció a niños, jóvenes y adultos. A partir del uso de diferentes atuendos como los Blue Jeans, Camisas de cuadro, Sombre vueltaio, Gafas Ray-Ban, Zapatos Converse, Nike y Adidas, Botas Doctor Martens y en las mujeres, la tendencia iba hacia botas al tobillo, botas hasta la pantorrilla, botas acordonadas, entre otras.

Por otra parte la influencia de un género como el pop, en el tropipop es fundamental musicalmente en aspectos como la percusión de la batería, los acordes de las guitarras, los tempos del bajo, las tonalidades del piano, en aspectos sociológicos en las culturas de masas, la masificación del género, la popularidad de los artistas se caracteriza por su talento, pero sin duda son los fanáticos quienes los hacen llegar a la fama.

Sin duda la influencia de la cumbia en el tropipop, es vital por el uso de instrumentos como los tambores, la gaita, las maracas, el maracón, el guache, la caja, entre otros. Por ejemplo las gaitas son muy utilizadas por su precursor Carlos Vives en su álbum “La tierra del olvido” y por la banda Mauricio & Palo de Agua en el álbum “Canto Caribeño”. La cumbia fue el género que le brindó algunas herramientas al tropipop, para tener un sonido más tropical, transmitirlo, expresarlo y representarlo en el exterior.

Por su parte la influencia del vallenato, música de acordeón, parrandera, paseos provincianos, sones magdalenenses o caratejo, es notoria en la mayoría de artistas del tropipop. Especialmente a partir del uso del acordeón, la guacharaca y la caja. Esto se refleja en las historias de canciones como la “La mona”, “El parrandero”, “No te pido flores” de (Bonka, Sin ánimo de lucro y Fanny Lu, respectivamente).

Por lo tanto la influencia de estos tres géneros y corrientes musicales en el tropipop, son imprescindibles para constatar de que el tropipop no es un sub-genero sino por el contrario es un género que ofreció una propuesta fresca e innovadora por parte de los adolescentes que con el transcurso del tiempo evolucionaría hasta convertirse en un movimiento estudiantil procedente de colegios elite como el Gimnasio Moderno y Gimnasio Campestre, entre otros.

El precursor de este estilo musical fue el cantautor samario Carlos Vives y su banda La Provincia. Un artista que en la década de los 90, fue detonante para el origen del tropipop con su álbum “La tierra del olvido”, una fusión de cumbia, vallenato, pop, rock y rock, incluyó canciones “Pa Mayté”, “Diosa coronada” y “La cachucha bacana”. Fueron éxitos radiales que se reflejaron en las ventas ya que “Carlos Vives tenía el haber logrado ventas de 284.574 copias con el primer disco y de 102.050 con el segundo, que en Colombia son cifras

importantes. Sin duda, Sonolux no se arrepintió de la decisión, pues desde el 28 de agosto de 1993 hasta hoy se han vendido 1,2 millones de copias en Colombia y 1,8 millones más en América Latina, Estados Unidos y España”. (Semana, 1995)

En las canciones de algunos exponentes del género como la agrupación Mauricio & Palo de Agua, que el 11 de marzo de 2015, lanzaron un sencillo “Bogotá” que pertenece a su álbum “La vida gira”. Esta canción es un gran referente para unificar la confianza, sentido de pertenencia, patriotismo y amor por la ciudad entre el artista, el público y los medios de comunicación.

El tropipop se potencializó hasta hacerse parte del folclor, la identidad y la cultura de un país. Por lo tanto cuando comienza a aumentar la popularidad del tropipop, se comienzan a evidenciar cambios y tendencias en los medios de comunicación, la industria musical colombiana, cultura de masas, las vestimentas, el lenguaje, la cultura ciudadana, el civismo, entre otros, en la capital.

Respecto al término y expresión “Tropipop”, es una denominación que surge en el año 2004 en un medio de comunicación como la radio y a través de un género periodístico como la entrevista. El entrevistador fue el periodista Antonio Cásale, quien conducía la emisora 40 Principales, en el año 2004, y el entrevistado fue Mauricio Rodríguez (Vocalista y Líder de la banda Mauricio & Palo de agua). El motivo de la entrevista con la agrupación bogotana, fue la nominación a los premios Grammy Latinos como Mejor Nuevo Artista, junto a los mexicanos Akwid, el puertorriqueño Obie Bermúdez, la brasileña María Rita (Ganadora) y desde Cali, Colombia, la banda Superlitio.

La alegría y expectativa por la nominación al galardón internacional de la agrupación colombiana Mauricio & Palo de Agua fortaleció el vínculo entre comunicador y artista, entonces al periodista Antonio Casale, quiso indagar y cuestionar a qué género pertenecía “Canto caribeño”, el primer álbum de la agrupación. Para responder este interrogante hay que examinar la nominación por parte de la Academia Latina de Artes y Ciencias de la Grabación, ya que el álbum correspondía a la categoría Música tropical. Por lo que el género es una fusión entre cumbia, pop y vallenato.

El tropipop es una amalgama entre varios estilos y corrientes musicales que a través de la interpretación, armonía, composición, ritmo, melodía, entre otras características musicales que están presentes en el álbum de la banda mauricio y palo de agua. su vocalista y líder hace referencia a su propuesta de la siguiente manera: “Mauricio & Palo de Agua es Tropipop, es decir un género que le hace un tributo al folclor colombiano mezclando la cumbia, el pop y vallenato”.

El título “Los talibanes del tropipop” hace parte de una analogía entre dos términos como talibán y tropipop. Según la DRAE la palabra talibán tiene varios significados de origen: “Persa ṭālibān, pl. de ṭālib 'estudiante', y este del ár. ṭālib 'buscador de conocimiento” (RAE, 2001) Y la definición más conocida: “Perteneiente o relativo a un movimiento integrista musulmán surgido de una escuela coránica pakistaní y desarrollado en Afganistán”. (RAE, 2001)

Por lo tanto al examinar e investigar la definición de cada término cuando en el texto se habla de talibanes, es para hacer referencia ¿Sí se trató de un movimiento estudiantil que se autodestruyó o si más bien es necesario culpar a los medios de comunicación como la

radio, prensa y televisión desprestigiar, criticar y atacar la escena musical del tropipop, hasta convertirlo en un término ridículo?

A partir de una exhaustiva investigación, exploración e indagación de este género musical colombiano, se puede determinar que el tropipop nunca desapareció y que a pesar de los ataques de los medios de comunicación y el miedo de los artistas para enfrentar esa batalla, el tropipop evolucionó hacia la fusión e incorporación de sonidos electrónicos y géneros como el reggaetón, el merengue, la salsa, la bachata y el reggae, entre otros.

El movimiento estudiantil del que surgieron grandes artistas como Mauricio & Palo de Agua, Bonka, Sin ánimo de lucro y Wamba, entre otros, no se suicidó. Sin embargo pulverizó las oportunidades de ser embajadores a nivel mundial de un género proyectado y posesionado en el mercado de la industria musical entre 2001 y 2008, debido a decisiones tomadas por los managers, disqueras, asesores motivados por comentarios en los medios de comunicación.

La campaña de desprestigio de la emisora W radio, llevada a cabo el 27 de septiembre de 2007, bajo la dirección de Julio Sánchez Cristo, con una cuña que decía: “No más tropipop” y “Artistas No Tropipop”. Una campaña que muestra el papel de los medios de comunicación como posibles causantes de la muerte de un estilo musical.

El sabotaje al género por parte de W radio fue una alarma para que los artistas revisaran y organizaran su repertorio, contenido y calidad musical, más no que lo cambiaran o migraran a otro género. Esta controversia causó desmotivación, angustia, amargura, ira y tristeza en la escena del tropipop. Además factores y circunstancias como la juventud, inmadurez, inexperiencia y la edad de algunos artistas,

Las medidas tomadas terminaron por cambiar la originalidad, esencia y el sello personal de cada agrupación. Ya que después de los años dorados del género algunos de los artistas más influyentes, ya no cantaban lo que querían cantar, sino lo que a su casa disquera, managers y staff les gustaba o consideraban con impacto mayor comercial, es decir lo que era aceptado por la sociedad, la industria, y por supuesto la perspectiva del público.

Bandas como Bacilos, Bonka, Sin ánimo de lucro, Quarto aparte, Wamba y Sanalejo, entre otras, se separaron, para buscar nuevas oportunidades. Jorge Villamizar (Ex vocalista y líder de Bacilos) y Alejandro González (Ex vocalista y líder de Bonka) o Sebastián Yepes (Ex vocalista y líder de Sanalejo) quienes decidieron unirse a Fanny Lu y Fonseca como solistas. Por su parte agrupaciones como Mauricio & Palo de Agua, siguen siendo en la actualidad un icono y referente del tropipop a pesar del cambio de mánager y algunos miembros de la banda.

Por otro lado a partir la selección de cinco canciones relevantes para el éxito del género y un análisis respetuoso, responsable, verídico, concreto y audaz, desde el rol del compositor y no desde el intérprete. “Canto Caribeño, La mona, Mi primer millón, El parrandero, No le pido flores” hicieron parte de un análisis desde perspectivas diferentes como la sociología, economía, cultura, medios de comunicación y por supuesto destacar la importancia de este género colombiano para un país y una nación.

Finalmente “Los talibanes del tropipop” fueron la discordia entre los medios de comunicación y los artistas, el miedo a las críticas, pero el folclor colombiano y la identidad aguantan cualquier clase de ataques, cambios y evoluciones: Un movimiento estudiantil convertido en un género predominante en la cultura colombiana, fue un género adolescente

que creció, maduro y en la actualidad muchos artistas siguen progresando y cosechando éxitos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acinpro, O. S. (2016). *osa.org.co*. Recuperado el 25 de 03 de 2016, de *osa.org.co*:
<http://www.osa.org.co/#!/quienes-somos-/m399j>
- Arias, E. (s.f.). *soho.com.co*. Obtenido de *soho.com.co*:
<http://www.soho.com.co/diatriba/articulo/contra-el-tropipop/11271>
- Baquero, J. (25 de Junio de 2015). *shock.co*. Obtenido de *shock.co*:
<http://www.shock.co/especial/shock-20-1/la-defensa-del-tropipop>
- Benavides, I., & Vives, C. (1995). La tierra del olvido [Grabado por C. Vives]. De *La tierra del olvido*. Bogotá, Bogotá, Colombia: Sonolux - Gaira Música Local.
- Blue Radio. (11 de Abril de 2015). *bluradio.com*. Obtenido de *bluradio.com*:
<http://www.bluradio.com/95956/en-que-gasto-su-primer-millon-jorge-villamizar>
- Dacateca. (2007). *datateca*. Obtenido de *datateca*:
http://datateca.unad.edu.co/contenidos/302568/Material_didactico_definitivo/leccin_1_la_floricultura_en_colombia_y_el_mundo.html
- ElCampesino.co. (14 de Marzo de 2016). *ElCampesino.co*. Obtenido de *ElCampesino.co*: <http://elcampesino.co/l-primer-rey-vallenato/>
- Gámez, L. A. (13 de Julio de 2012). *Panorama Cultural*. Obtenido de *Panorama Cultural*:
http://panoramacultural.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=502:los-primeros-dias-del-acordeon-una-historia-condensada&catid=3:musica-y-folclor
- Giraldo, D. E. (13 de 02 de 2015). *pulzo.com*. Obtenido de *pulzo.com*:
<http://www.pulzo.com/opinion/bogota-la-ciudad-de-todos-que-no-es-de-nadie/290486>
- GÓMEZ, S. (08 de Abril de 2012). *eltiempo.com*. Obtenido de *eltiempo.com*:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-5335018>
- Gonzalez, A., & Vives, C. (06 de Julio de 2013). Que paso con el tropipop debe volver el tropipop. *Que paso con el tropipop debe volver el tropipop*. (A. Villalobos, Entrevistador) Obtenido de <http://www.lamega.com.co/audios-que-paso-con-el-tropipop-debe-volver-el-tropi-123904>
- Izquierdo, G. (21 de 04 de 2016). *revistadonjuan.com*. Obtenido de *revistadonjuan.com*:
<http://www.revistadonjuan.com/historias/en-busca-del-gran-trago-colombiano-historia-del-aguardiente-y-ron+articulo+16564557>
- Mancipe, A., Ruiz, N., & Vélez, M. (2009). ANALISIS DE BRANDING CULTURAL:. En A. Mancipe, N. Ruiz, & M. Vélez, *ANALISIS DE BRANDING CULTURAL*:. Bogotá.

- Marquez, K. (04 de Abril de 2014). *industriamusical.es*. Obtenido de *industriamusical.es*: <http://industriamusical.es/todo-lo-que-necesitas-saber-de-los-sellos-discograficos/>
- Medina, C. I. (12 de Agosto de 2014). *mtres*. Obtenido de *mtres*: <http://www.mtres.co/tropipop-el-mal-llamado-genero-musical-colombiano/>
- Mojica, M. A. (s.f.). *EL PAISAJE SONORO Y LA MÚSICA EN LA RED CULTURAL* . . .
monitoreodemedios.co. (2016). *monitoreodemedios.co*. Recuperado el 25 de 04 de 2016, de *monitoreodemedios.co*: <http://www.monitoreodemedios.co/que-es-el-mom/>
- Mosquera, C., & Rodriguez, M. (29 de Agosto de 2011). W radio. (J. Sanchez Cristo, & C. Zuluaga, Entrevistadores) Obtenido de Consultado en: http://www.wradio.com.co/escucha/archivo_de_audio/el-cantante-mauricio-palo-de-agua-y-su-manager-claudia-mosquera-se-refieren-a-la-accion-de-tutela-que-le-interpuso-mauricio-por-presunto-abandono-de-su-cargo/20110829/oir/1538709.aspx
- Pablo, J. (15 de Mayo de 2008). *quecomoquien.republica*. Obtenido de *quecomoquien.republica*: <http://quecomoquien.republica.com/historia/historia-de-los-blue-jeans.html>
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la Real Academia Española. 22.a.ed.
- Redacción de El País. (17 de Octubre de 2013). *Elpais*. Obtenido de *Elpais*: <http://www.elpais.com.co/elpais/california/noticias/segun-estudio-colombia-pais-borrachos-sino-malos-tomadores>
- Rodriguez, H. F. (2010). *De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha*.
- Semana. (04 de Septiembre de 1995). Obtenido de <http://www.semana.com/economia/articulo/sono-vives/26445-3>
- Semana. (2013). *Revista Semana*. Obtenido de *Revista Semana*: <http://www.semana.com/cultura/articulo/el-precio-de-sonar-en-la-radio/363737-3>
- shock.co*. (26 de Abril de 2011). Obtenido de *shock.co*: <http://www.shock.co/articulos/ivan-benavides-richard-blair-los-padres-de-la-nueva-musica-colombiana>
- Sombreros-ole. (s.f.). *sombreros-ole*. Obtenido de *sombreros-ole*: <http://www.sombreros-ole.com/acerca-de/sombrero-vuertiao.html>
- SUAREZ, D. C. (05 de Octubre de 2013). *prezi.com*. Obtenido de *prezi.com*: <https://prezi.com/x72ptugpcijt/500-anos-de-historia-del-vestuario-en-colombia/>
- Suárez, M. (04 de Enero de 2014). *elespectador.com*. Obtenido de *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/el-fetichismo-de-rubias-articulo-466929>

SUÁREZ, R. (01 de Junio de 2015). *eltiempo.com*. Obtenido de eltiempo.com: Consultado en: <http://www.eltiempo.com/bogota/cultura-ciudadana-en-bogota-el-doloroso-retroceso-de-la-cultura-ciudadana/15864104>

UNESCO. (2015). *El vallenato, música tradicional de la región del Magdalena Grande*. Obtenido de El vallenato, música tradicional de la región del Magdalena Grande: <http://www.unesco.org/culture/ich/es/USL/el-vallenato-musica-tradicional-de-la-region-del-magdalena-grande-01095>

Vallenato, F. (Abril de 2001). *Valledupar*. Obtenido de Valledupar: <http://www.valledupar.com/festival/cubrimiento2.html>

Vega Barbosa, C. (29 de Diciembre de 2015). *elespectador.com*. Obtenido de elespectador.com: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/los-nuevos-gastos-no-contempla-el-salario-minimo-de-201-articulo-608247>

Vicente, A. (14 de Abril de 2011). *gafasdesolymas*. Obtenido de gafasdesolymas: <http://www.gafasdesolymas.com/blog/2011/04/ray-ban-historia-marca/>

Rivera, A. G. Q. (1998). Salsa, sabor y control!: sociología de la música " tropical". Siglo XXI.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=BfPnqnr>

UNESCO. (1982) “Declaración de México Sobre las Políticas Culturales. Conferencia mundial sobre las políticas culturales” [en línea], disponible en: Portal UNESCO, , consultado: 15 Abril de 2016.

Geertz, C. (1987). Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. La interpretación de las culturas, 19-40.

Frith, S. (2001). Hacia una estética de la música popular. Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología. Madrid. Trotta.

Vallenato, F. (26 de 04 de 2001). Valledupar. Obtenido de Valledupar: <http://www.valledupar.com/festival/cubrimiento2.html>

Rivera, A. G. Q. (1998). Salsa, sabor y control!: sociología de la música " tropical". SigloXXI.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=BfPnqnr>

(Vallenato, 2001) Festival Vallenato 2001 Cubrimiento en Bogotá Recuperado de: <http://www.valledupar.com/festival/cubrimiento2.html>

ElCampesino.co. (14 de Marzo de 2016). ElCampesino.co. Obtenido de ElCampesino.co: <http://elcampesino.co/l-primer-rey-vallenato/>

LA MÚSICA, Y. (2013). PLAN ESPECIAL DE SALVAGUARDIA PARA LA MÚSICA VALLENATA TRADICIONAL DEL CARIBE COLOMBIANO.

Pedrell, F. (1900). Diccionario técnico de la música: escrito con presencia de las obras más notables en este género, publicadas en otros países... Isidro Torres Oriol.

Mojica, M. A. E. EL PAISAJE SONORO Y LA MÚSICA EN LA RED CULTURAL.

Torres, M. L. R. (2007). Medios, tecnologías y consumidores: perspectivas de mercado. Universidad del Rosario.

Bolaño, C. (2013). Industria cultural, información y capitalismo. Editorial GEDISA.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado <http://dle.rae.es/?id=9NzKvPm>

Rodríguez Suárez, P M; (2012). REGIONALISMOS EN EL MARCO DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES DEL SIGLO XXI. Nómadas, () Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18126057021>

Fouce Rodríguez, H. (2010). De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=OIQ6yC8>

Ramos López, E. (1985). Desarrollo y comunicación: de la teoría a la praxis(No. IICA-PRRET 341). IICA, Bogotá (Colombia)..

Martín-Barbero, J., & Martín, M. B. (1998). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.

Barei, S. (1999). Periodismo cultural: crítica y escritura. Revista Latina de comunicación social, (23), 3.

Mainar, R., & Cebrián, J. L. (1906). El arte del periodista. Sucesores de Manuel Soler.

Villa, M. J. (1998). El periodismo cultural: reflexiones y aproximaciones. *Revista latina de comunicación social*, (6), 9.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=YziUHI5>

Vargas, A. A. (2008). *Industria Musical en Colombia: una aproximación desde los artistas, las disqueras, los medios de comunicación y las organizaciones.*

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=Q9MHI5m>

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=7YN9xYy>

Pharies, D. A. (2010). *Breve historia de la lengua española: Spanish edition.* University of Chicago Press.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=PeswonB>

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=YziUHI5>

