



Trans. Revista Transcultural de Música

E-ISSN: 1697-0101

edicion@sibetrans.com

Sociedad de Etnomusicología

España

Ochoa, Ana María

El desplazamiento de los discursos de autenticidad: Una mirada desde la música

Trans. Revista Transcultural de Música, núm. 6, junio, 2002

Sociedad de Etnomusicología

Barcelona, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82200608>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



---

## El desplazamiento de los discursos de autenticidad: Una mirada desde la música

[Ana María Ochoa](#)

---

Este artículo analiza el traslado del relato de la autenticidad, uno de los valores de mayor importancia adscritos a la música popular hoy en día, hacia las músicas masivas como el rock y las "músicas del mundo" (*world music*). Sostiene que las formas como interactúan tecnologías, mercados e imaginarios en torno a estos géneros musicales nos proveen de claves sobre las relaciones de poder entre las nuevas subjetividades y las estructuras de la industria y el mercado

---

Hay relatos que cargan con el sentido de nuestra existencia. Uno de ellos, estrechamente ligado al devenir de los ojos con que miramos las manifestaciones artísticas a nuestro alrededor, ha sido el de la autenticidad, palabra que ha cobrado renovado vigor en el mundo de las músicas populares urbanas contemporáneas. Hablan de autenticidad los roqueros, especialmente los del llamado rock alternativo; hablan de autenticidad los jóvenes que van a llenar masivamente las discotecas de baile en las afueras de Londres; hablan de autenticidad aquellos que producen y consumen las músicas de diferentes regiones del planeta, hoy comercializadas a nivel mundial bajo el rubro de *world music* y también los músicos desconocidos de las regiones que buscan afianzar su cultura mediante procesos políticos de recuperación cultural. Y así la lista podría seguir. Probablemente, el valor de mayor importancia adscrito a la música popular hoy en día, es el de la autenticidad<sup>(1)</sup>. Y lo interesante es que se hace presente como valor fundamental en manifestaciones musicales de muy diversa índole que jamás hubiéramos imaginado asociadas a esta noción.

Una de las dimensiones más fascinantes y complejas de la globalización es la

manera como se entrelazan viejos y nuevos modos de habitar el mundo. Es aquí donde observamos que lejos de haber un relato lineal que nos lleva del mundo tradicional al moderno contemporáneo, o del canto comunitario del ritual al masivo del rock, lo que encontramos es una polifonía de voces y saberes mediados por las nuevas tecnologías y ofrecidas al público, en la mayoría de los casos, por las estructuras de la industria cultural. Lo interesante del traslado del relato de la autenticidad -históricamente ligado al folklore o a las músicas eruditas- hacia las músicas masivas, es precisamente el modo como interactúan tecnologías, mercados e imaginarios de tal manera que estos géneros musicales nos proveen claves sobre las relaciones de poder entre nuevas subjetividades y estructuras de la industria y el mercado.

Voy a escoger sólo dos de los relatos de lo auténtico para tomarlos como punto de partida para pensar la relación entre subjetividades y mercado: el que nace desde el rock y el de las «músicas del mundo» (*world music*). Empiezo con el primero.

Cada época en la historia del rock ha traído consigo su propio relato de autenticidad<sup>(2)</sup>. Desde el *rhythm and blues*, pasando por el inicio de los Rolling Stones que se posicionaron rápidamente como una imagen más rebelde que la que ofrecían los Beatles, al movimiento *Punk*, al rock alternativo de finales de los ochenta y el rock en español de la actualidad, se habla -según los términos históricos que caractericen el momento- de los diferentes elementos que componen lo que ha llegado a constituirse en la mitología de la autenticidad en el rock. Estos elementos son sorprendentemente similares a los que históricamente se asociaban con la autenticidad en el folklore. No es casual que a finales de los sesenta, el rock fuera llamado «la musita folklórica de nuestro tiempo» <sup>(3)</sup>.

Los argumentos que movilizan tanto los consumidores como la industria y los artistas para sustentar la autenticidad del rock son: primero, es una música que crea comunidad: en este caso, la comunidad de jóvenes. Esta comunidad se define no tanto por su relación cara a cara sino por compartir una serie de gustos y sensibilidades. Segundo, es una música que alude a una experiencia definida como verdadera en donde aspectos tales como la espontaneidad, la verdad de los sentimientos (frente a la falsedad que ellos ven en la música pop, por ejemplo) y la intensidad de la experiencia vivida en la relación entre artistas y público son esenciales.

El rock siempre ha sido un género que se define en contra del orden establecido. Su historia aparece como una secuencia continua de «nuevos» retos contestatarios. Como bien dice Simon Frith, «el *rock and roll*, los *rhythm and blues* y el *punk* fueron vividos y experimentados sucesivamente, como

formas más verdaderas que las formas del pop contra las cuales se definieron»(4). Este nacimiento contestatario de los géneros que componen el rock frecuentemente está seguido de denuncias agresivas de «vendidos» a los grupos que componen estas tendencias cuando se integran al mercado masivo. La historia del rock aparece como un vaivén entre el surgimiento de grupos contestatarios y su conflictivo ingreso al mercado masivo; movimiento que es visto como una traición al sentimiento de autenticidad. Es, tal vez hoy, el rostro cambiante del movimiento del rock en español, a medida que sus discos se posicionan estratégicamente en el mercado global y en MTV.

Entre su ideología rebelde, su intensidad de sentimiento y su presencia masiva y millonaria en el mercado, el rock tiene una paradoja permanente, fuente de no pocas angustias para creadores y consumidores y de mucho dinero para la industria musical: aquí la rebeldía rápidamente se convierte en fetiche.

El otro elemento contra el cual históricamente se ha posicionado el rock es, paradójicamente, la tecnología, definida en muchos casos como la responsable de la sensación de alienación. Así, uno de los grandes valores en la historia del rock es la presencia del cantante en vivo, su teatralidad. Las denuncias son contra aquellos espectáculos que se han vuelto excesivos en su utilización de tecnología. Estas denuncias prevalecieron entre las décadas del 50 al 80, pero han ido

Cediendo en algunos casos a medida que el estudio de grabación se vuelve una fuente de creación cada vez más central para las músicas populares urbanas. Sin embargo un programa como *Unplugged*, que busca presentar a los cantantes sin intermediación de lo tecnológico, se revierte precisamente a esta ideología.

Lo paradójico es que los efectos musicales que se utilizan para construir el guaje emotivo de la música popular, clave de su afianzamiento como espacio construcción de nuevas identidades, frecuentemente se hacen posibles gracias a las nuevas tecnologías. El micrófono, por ejemplo, ha jugado un papel decisivo en la construcción de una carga afectiva en el canto popular al hacer susurro erótico y privado un ingrediente del espectáculo masivo. Y más recientemente, son las nuevas tecnologías de grabación las que le han abierto las puertas al surgimiento de grupos independientes y de nuevos géneros musicales como el de rock en español, el rap y otras músicas.

Debido a su carga afectiva y a su posición contestataria, el rock se define como generador de una sensación de libertad que se construye sobre la acentúan de lo emocional y de lo físico como elementos claves de interacción y de concepción musical. El rock es vivido como algo genuino, verdadero,

espontáneo, intenso y lo es desde las emociones y desde el cuerpo. Por ello, el objeto de culto no es el objeto de arte sino el artista mismo que adquiere el aura de representatividad de esa autenticidad frente a los consumidores. El «impulso racionalizador del espacio urbano» contrasta notoriamente con la construcción afectiva, profundamente mitológica, de la más urbana de las músicas. Walter Benjamin esperaba que la «reproducción mecánica emanciparía el objeto de arte de su dependencia parasitaria en el ritual»<sup>(5)</sup>. Lo que Benjamin tal vez no alcanzó a experimentar fue las formas como los viejos relatos de culto y de ritual se incorporan a los nuevos relatos de producción y de consumo artístico, aunque sí advirtió el peligroso traslado del objeto de culto de la obra de arte al ídolo<sup>(6)</sup>.

Los diferentes ingredientes que constituyen la noción de autenticidad que se desprenden del rock nos remiten inevitablemente a dos relatos históricos de lo auténtico. El primero, aquel construido por los folkloristas desde el siglo XVIII y en el cual se valoran dos elementos fundamentales. Uno social: el folklore como experiencia de comunidad que contrasta con el individualismo alienante de la sociedad ilustrada y detestada por la noción de progreso. Otro subjetivo: la espontaneidad y la emotividad -a diferencia de la racionalidad letrada- como garantía de la experiencia de verdad que contrastaba con el entonces creciente mundo racional y desencantado de la sociedad industrial. Desde el folklore, además, siempre se dio una lucha de oposición entre tradición y modernidad como elemento fundamental de su autenticidad, lucha que viene a posicionarse paradójicamente en el relato roquero en su crítica y rechazo a la industria masiva y a la tecnología como garantías de presencia de lo genuino. A su vez, este relato de lo genuino nos remite además a la originalidad como valor fundamental, relato que se construyó fundamentalmente desde el romanticismo en relación con las músicas eruditas<sup>(7)</sup>.

De esta noción de autenticidad generada por los roqueros quiero señalar dos aspectos. El primero es que las paradojas que se desvelan en la deconstrucción de este relato, sobretudo las relacionadas con la industria masiva y la tecnología, son profundamente significativas. Deconstruidas y a la luz del día, parecen cargadas de ingenuidad. Pero lo que hay aquí no es una simple ceguera ante la realidad por parte de los consumidores, tal como analizan algunos críticos del rock como Theodore Gracyk al colocar ejemplo tras ejemplo de cómo la industria discográfica no sólo ha explotado comercialmente la imagen de rebeldía y alienación del rock, sino que además ha participado en su construcción<sup>(8)</sup>. Lo que hay, más bien, es una búsqueda profunda de sentido de vida, una necesidad de «reencantamiento del mundo»<sup>(9)</sup> mediada por el gran aparato de la industria masiva y la tecnología.

El poder de lo político reside aquí de manera conflictiva en los modos como se movilizan los procesos de identificación al ritmo de las grandes transnacionales: es esta presencia en el mercado la que ha constituido al rock en un relato mundial de diferencia construido desde los jóvenes; es esta misma presencia la que generalmente desmiente ese relato. Así, este espacio de autenticidad se constituye desde la profunda paradoja que frecuentemente nos presenta la música: la de ubicar el terreno de las identificaciones en el terreno de lo comercial. Aquí el mercado es «un [conflictivo] lugar de reconocimiento»[\(10\)](#).

Pero ¿qué pasa con otros relatos de autenticidad? Tomaré el de la *world music* (las músicas del mundo) con el objetivo de generar contraste y complementar la visión de autenticidad que nos dan los roqueros. A diferencia del rock, que se define desde su contradictoria relación con la industria masiva, la música del mundo se define desde el espacio-mundo o desde el espacio global, tal como su mismo nombre indica. Los discos y discográficas producidos bajo este rubro nos invitan a un «paseo por los sonidos del planeta» y los nombres de los conciertos y de las producciones nos hablan de esta imaginación planetaria: Está el proyecto *Planet Drum*, (Planeta Tambor) dirigido por Micky Hart; o *Global Spirit* (Espíritu Global) el título de uno de los conciertos que organiza WOMAD, la organización que dirige Peter Gabriel, sigla que a su vez corresponde a las palabras «Mundo de la Música, el Arte y la Danza». Está el nombre mismo de las disqueras: *Globestyle* (Estilo global), *Earthworks* (Trabajos de la Tierra), *Realworld* (Mundo Verdadero) [\(11\)](#).

Este contraste entre el rock y las músicas del mundo nos señala una diferencia del momento histórico en que ambos géneros musicales ingresan al mercado. Si el rock es eminentemente el producto de la ciudad industrial y de la consolidación de la industria musical a través de la tecnología de posguerra en los años 50, la música del mundo lo es de la imaginación y tecnologías que caracterizan a la modernidad-mundo y a las nuevas relaciones entre procesos de globalización y regionalización. De hecho, una categoría como estas depende exclusivamente de los modos como las nuevas tecnologías han posibilitado el posicionamiento de las regiones a nivel global.

La categoría de «músicas del mundo» nace oficialmente en la industria musical en 1991. La creación de esta categoría respondía a una necesidad comercial: a los almacenes de música del norte europeo estaban llegando discos que no se podían vender como folklore ni tampoco cabían dentro de otras categorías comerciales.

La música del mundo, entonces, se refiere a todo tipo de música que no sea de origen europeo o norteamericano, o que pertenezca a las minorías étnicas residentes en cualquier parte del mundo. También encontramos el término *world beat* (pulso mundial) que se refiere más específicamente a las hibridaciones entre el pop y las músicas locales bailables, en especial las de origen africano o afro-americano(12). Estas categorías a veces se cruzan con otras de la industria discográfica como la de *Latin Music*.

La música del mundo nace en un momento de redefinición estratégica de la industria musical en los años 80. Durante esta época se comienzan a consolidar las grandes multinacionales de música tales como Sony, BMG y Polygram, con sede en Estados Unidos, Europa y Japón.

Simultáneamente, las transformaciones tecnológicas y el abaratamiento relativo de los costos de los estudios de grabación, hacen que comiencen a surgir a nivel mundial compañías de grabación independientes que se dedican, en su mayoría, a grabar fenómenos de músicas locales a los cuales la industria musical no estaba prestando atención entonces. Todavía, hoy en día, es esa la función principal de estos estudios independientes. Lentamente estas producciones se fueron posicionando en el mercado, hasta el punto de que, para 1991, las multinacionales y la industria masiva del disco comienzan a prestar atención seria a esta música. Surge entonces la categoría de «músicas del mundo» como una categoría oficial de la industria musical con datos de producción y consumo y listados de *Top Ten*. Eventualmente, las multinacionales comienzan a generar sus propias compañías independientes: esto es, compañías que son una rama de la multinacional, pero que funcionan a la manera de las independientes: llegando a mercados locales. Tenemos, entonces, un movimiento simultáneo de transnacionalización y de regionalización de la industria discográfica.

El surgimiento de las músicas del mundo como fenómeno masivo de producción ha tenido una particularidad: ha estado mediado por grandes figuras del pop europeo y norteamericano tales como Paul Simon, Peter Gabriel, Micky Hart o David Byrne, por mencionar sólo algunos, quienes han creado sus propias empresas discográficas alrededor de estas expresiones y, simultáneamente, han renovado sus carreras artísticas mediante la hibridación de sus estilos con músicos y músicas de diferentes regiones del mundo. El imaginario de autenticidad que se construye desde esta categoría se hace en gran parte mediado por esta estructura comercial de interacción entre lo regional y lo global y por los modos de mediación que establecen estos grandes ídolos de la canción pop. ¿Cuáles son los elementos que lo constituyen?

El primero es el de la construcción global de la región sobre un topos ecológico descontextualizado. En las músicas del mundo elementos tales como el respeto a la naturaleza, la espiritualidad, el vínculo con las verdaderas raíces del ser interior se despliegan como valores fundamentales, colocando la categoría peligrosamente cerca de la de las músicas de la «nueva era» (*new age*). El ser que da acceso a ese mundo interior es obviamente el otro descontextualizado: Africa, Asia, América Latina y Australia, pero sin la opacidad de sus conflictos. Así, en las páginas de Internet de estas discográficas o en los modos de hacer la publicidad de estos discos en los países del norte, se ofrece la posibilidad de un viaje (con todos los elementos de descubrimiento propio que se supone indica lo exótico) sin la necesidad de salir de la propia casa, y sin la molestia de los conflictos de lo local.

Asimismo, como en el rock, la noción de autenticidad de esta música se define como liberadora, ya que permite el contacto con las verdaderas emociones y sentimientos genuinos. Pero aquí la noción de liberación no se amalgama al sentimiento de alienación y soledad, como en el rock, sino que invita a la superación de esta alienación mediante los nuevos ambientes que ofrece el mundo globalizado: el vínculo con las raíces verdaderas sin salir de la casa. Aquí la tecnología no se menciona: aparece sublimada en la experiencia de acceso a lo exótico desde la distancia.

El otro, como en el relato del viajero o de la antropología hasta hace muy poco, permanece en un tiempo sin historia y se representa miméticamente a través de los medios o en presentaciones en vivo lejos de sus lugares de origen. Al centro le importan, primordialmente aunque no exclusivamente, aquellos aspectos de su diferencia que son mercadeables. Como bien señala Veit Erlmann:

Las músicas del mundo crean su experiencia de autenticidad a través de medios simbólicos cuya diferenciación depende vitalmente de una construcción en la cual se borren las diferencias originales (...). En este escenario las fuerzas y procesos de producción cultural se dispersan y se rompen sus referencias a cualquier tiempo y lugar, aun si precisamente son la tradición local y la autenticidad el principal producto que está vendiendo la industria del entretenimiento global. Así, desde esta lectura, *world music* aparece como el paisaje sonoro de un universo que bajo toda la retórica de raíces, ha olvidado su propia génesis: las culturas locales.»[\(13\)](#)

A través del prisma del multiculturalismo se niega la diferencia. Por ello no todas las músicas regionales tienen cabida en este nuevo mercado global: solo aquellas que se ajustan al imaginario desplegado por la industria.

Pero el problema no es tan sencillo. Si en el rock la contradicción se plantea entre la rebelión y la fetichización de esa rebelión, en las músicas del mundo la contradicción que se plantea es desde la emergencia de lo local en el mercado global o, en otras palabras, en los nuevos modos que están definiendo las relaciones de poder entre centro y periferia. Aquí es lo local lo que se convierte en fetiche «que disfraza las fuerzas dispersas de producción global»(14). Pero, simultáneamente, es esta industria la que ha abierto las puertas a artistas como Totó «La Momposina» en Colombia, o *Ladysmith Black Mambazo* en Suráfrica o Youssou N'Dour en Senegal, afianzando sus carreras, no sólo en este espacio global, sino en sus propios lugares de origen, resignificando profundamente los modos como se simbolizan las tradiciones a nivel local. En ocasiones, esto se une a proyectos internacionales de derechos humanos, tal como los megaconciertos contra el apartheid. Esta relación entre representaciones globales y representaciones regionales de un mismo artista o de un mismo género musical varía enormemente de un lugar a otro, hasta el punto de que es casi imposible generalizar. Los conflictos que se le presentan a un artista como Youssou N' Dour son diferentes a los que se le presentan a Toto «La Momposina» o a *Ladysmith Black Mambazo* porque, a este nivel, la especificidad de lo local sí juega un papel importante. Lo que quiero señalar es que la anulación de la diferencia a nivel transnacional para el mercadeo de estos artistas, no necesariamente implica la negación de lo local. Como dice Renato Ortiz, «una cultura mundializada atraviesa las realidades de diversos países de manera diferenciada»(15). Pero esto se une con otro elemento.

En el rock, la transformación musical muchas veces se vive como el paso de lo alternativo a lo comercial y entonces se habla de «deformaciones» de un estilo, de grupos vendidos, etc.. Hay un enorme miedo a la transformación, no por lo que pueda implicar en sí, sino por la manera como puede estar comprometida con el aparato comercial de la industria musical. En cambio, un gran porcentaje de las músicas del mundo toman como punto de partida los procesos de hibridación actuales que se están haciendo desde las músicas locales.

Ya que la relación de las músicas del mundo con el mercado no depende tanto de lo local como de lo transnacional, su globalización implica asumir como auténticos y originales sonidos que en el lugar de origen se viven como versiones nuevas de los géneros musicales tradicionales; esto es, y según el ojo con que se lo mire, como deformaciones de la autenticidad; aquella autenticidad patrimonial identificada con el folklore y la nación. Lo que implica que desde un mismo género musical se pueden construir versiones conflictivas de la autenticidad, con consecuencias a veces bastante serias para definir espacios de participación y políticas culturales.

Una de las realidades más contundentes de la actualidad es cómo un mismo género musical de origen tradicional puede existir bajo diferentes formas. Para tomar un ejemplo conocido, está, por ejemplo, el vallenato campesino de caja, guacharaca y acordeón; el vallenato de consumo popular urbano identificado con cantantes como Diomedes Díaz y el Binomio de Oro y el vallenato híbrido de Carlos Vives. En géneros como las músicas andinas o la música llanera o inclusive en algo que consideramos tan folklórico como por ejemplo la música que interpreta Totó «La Momposina», también hay esta variedad de expresiones de un mismo género musical. En Colombia estas músicas tradicionales generalmente tienen su espacio dentro de los festivales de música folklórica tales como el Mono Núñez de música andina, el Festival del Porro en San Pelayo, el de la bandola llanera en Maní, Casanare. Y cada año se presenta la misma controversia con diferentes variantes: quién puede participar y quién no puede participar, qué es o no es música llanera o música andina o porro. Estas discusiones generalmente están mediadas por los diferentes valores a los que se asocia la autenticidad. Y muchas veces chocan fuertemente las diferentes nociones de lo auténtico: los que se adhieren a una noción patrimonial de la autenticidad, basada en la identificación estrecha entre nación y folklore, generalmente no aceptan que se presenten nuevas versiones de los mismos géneros musicales, pero que tal vez aluden más estrechamente a imaginarios que tienen que ver con otras formas de identificación que no son las de nación sino las de género o edad. El problema es que una u otra noción de autenticidad se moviliza para definir las estructuras de participación no sólo en estos concursos, sino también en otros espacios educativos y culturales y a veces conlleva formas de intolerancia sorprendentes.

En las regiones, el mercado de las músicas del mundo frecuentemente ha representado unos modos nuevos de resignificar la memoria y las tradiciones, modos que contrastan con las definiciones conservadoras desde las cuales se ha proyectado el folklore a nivel nacional. En las músicas del mundo, no solo se da un proceso de desterritorialización de esas músicas; se da, paralelamente, un proceso de reterritorialización que puede ser conflictivo con los modos de definir los territorios originales en los cuales se anclaron históricamente estas tradiciones(16). El espacio del patrimonio museificado y nacionalista no es el mismo del de la memoria híbrida. Saberes, territorios y relatos(17) se rearticulan generando una coexistencia difícil entre los modos históricos y contemporáneos de vivir estos saberes. Y es aquí, en esta resignificación de saberes y territorios, donde las autenticidades del rock se comienzan a encontrar con las de la música del mundo, a medida que los grupos de rock en América Latina orientan sus estilos, cada vez más, hacia fusiones con lo local.

El relato de la autenticidad en la música, entonces, sirve para movilizar nuevas sensibilidades; pero al mismo tiempo se utiliza como bandera para justificar nuevas formas de exclusión. Lo sorprendente para mí ha sido encontrar la enorme carga afectiva con que se defienden los territorios de lo auténtico y esto me ha llevado a preguntarme por qué el terreno de lo musical parece propicio para la construcción de sensibilidades tan intensas. En la música específicamente, la tendencia a un relato de lo auténtico, la búsqueda de lo sonoro como espacio de la subjetividad, se da, hasta donde es posible identificar, por varias razones. La primera descansa en las maneras en que la música permite vivir simultáneamente experiencias desde lo racional, lo emotivo y lo corporal. Un arte como la música estructuralmente deconstruible en cifras matemáticas, de una racionalidad casi cartesiana; simultáneamente, por su naturaleza abstracta -el sonido no es un objeto concreto- tiende a materializarse en las propias emociones y en el sentir del cuerpo(18). El lugar de lo sonoro, en último término es nuestro propio cuerpo, al cual se accede desde varias instancias: la melodía, la armonía, el timbre, el ritmo. Este modo de involucrar a la vez varias esferas cognitivas desde una multiplicidad simultánea de elementos sonoros, hace de la música un terreno abonado para su vivencia como un espacio de magia. Pero además hay un segundo elemento: la música se puede mediar de varias maneras. Podemos escuchar una misma canción en la intimidad del *walkman*, en la masificación del concierto roquero y del carnaval popular, o en la cotidianeidad de la radio casera. Y así, esa misma canción puede ser vivida como una experiencia de profunda intimidad o como una experiencia de congregación masiva, permitiendo vivencias múltiples alrededor de un mismo objeto sonoro.

No es de extrañarse entonces que, a partir de la intensidad de experiencia que proporciona la música, se construyan estos relatos de autenticidad y se vivan con tanta ansiedad las paradojas que inevitablemente nacen de la relación con el mercado o con el diseño de políticas culturales que determinan modos de participación en el espacio público. Es precisamente esta coyuntura la que exige enorme atención. En la actualidad, las políticas culturales frecuentemente se definen precisamente desde diferentes versiones de estas nociones de autenticidad: qué grupos o tipo de trabajo cultural se apoya desde el Estado y por qué; qué tipo de estrategias de mercado se manejan tanto desde las discográficas independientes como desde las multinacionales; cómo se estructuran los espacios de participación. Y aquí se encuentran los viejos y nuevos modos de sentir y hacer el mundo: antiguas necesidades de reconocimiento se anclan en nuevas estrategias de mercado, o, por el contrario, se disfrazan las viejas estructuras de poder con las palabras de moda: el multiculturalismo, la región. Es el contraste que nos presenta el rock y las músicas del mundo en las transacciones que se hacen

entre el relato de autenticidad y el mercado.

A la hora de movilizar masas, esta sensación de identificación y de magia puede ser vital: fue la clave para que la administración Peñalosa no acabara con el rock en el parque y ha sido la clave para que estas músicas se constituyan en movimiento. Pero, simultáneamente, a la hora de diseñar políticas culturales, una visión acrítica y orgánica de la autenticidad puede ser enormemente problemática. La magia no solo libera; también atrapa.

---

## Notas

1. Ver Sarah Thornton, 1996.[\[S\]](#)
2. Este fragmento recoge elementos presentados por diversos textos sobre autenticidad en el rock. Ver `The magic that can set you free:- the ideology of folk and the myth of the rock community, En Popular Music 1, 1981: 159-168. Simon Frith, 1986: 263-79. Theodore Gracyk, 1996 y Sarah Thornton, 1996.[\[S\]](#)
3. Frith, 1981.[\[S\]](#)
4. Frith, 1986.[\[S\]](#)
5. Walter Benjamin, 1968.[\[S\]](#)
6. En años recientes, y debido a la creciente importancia del estudio de grabación como espacio de creación musical, el disco ha ido adquiriendo más valor de culto. Ver Sarah Thornton, op. cit.[\[S\]](#)
7. Ver Regina Bendix, 1997. [\[S\]](#)
8. Gracyk, op. cit.[\[S\]](#)
9. Jesús Martín Barbero, 1995: 177-192.[\[S\]](#)
10. Renato Ortiz, Comentario a la ponencia, Sept. 18, Bogotá.[\[S\]](#)
11. Ver páginas de Internet de estas discográficas.[\[S\]](#)
12. Steven Feld, 1994: 257 -289.[\[S\]](#)
13. Veit Erlmann, 1996: 467 -489.[\[S\]](#)
14. Erlmann, op. cit.[\[S\]](#)
15. Renato Ortiz, 1996: 22.[\[S\]](#)
16. Para una discusión sobre desterritorialización y reterritorialización ver: Renato Ortiz, op. cit.[\[S\]](#)
17. Jesús Martín Barbero, 1997: 27-42.[\[S\]](#)
18. Susan McClary, 1991.[\[S\]](#)

---

## Bibliografía

- BENDIX, R.. 1997. *In Search of Authenticity: The Formation of Folklore Studies*.

- Madison: The University of Wisconsin Press.
- BENJAMIN, W 1968. «The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction». En *Illuminations*, New York: Schocken Books
  - ERLMANN, V. 1996. «The Aesthetics of the Global Imagination: Reflections on *world music* in the 1990s». En *Public Culture*, 8(3): 467 -489.
  - FELD, S. 1994. «From Schizophonia to Schismogenesis: On the Discourses and Commodification Practices of *world music* and World Beat», En Eds.. Steve Feld & Charles Keil, *Music Grooves*, Chicago: The University of Chicago Press, 257-289.
  - FRITH, S. 1986 «Art versus Technology: the strange case of popular music». En *Media, Culture and Society* 8: 263-79.
  - GRACYK, T. 1996. «Romanticizing Rock Music». En *Rhythm and Noise: An Aesthetics of Rock*, Durham and London, Duke University Press.
  - MARTIN BARBERO, J. 1997. «Globalización comunicacional y descentramiento cultural» En *Diálogos de la Comunicación* 50: 27-42.
  - MC CLARY, S. 1991. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Hanover and London: Wesleyan University Press.
  - ORTIZ, R. 1996. *Otro Territorio: Ensayos sobre el Mundo Contemporáneo*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
  - THORNTON, S. 1996. *Feminine Endings: Music, Gender and Sexuality*. Minnesota: University of Minnesota Press.
-