

**“HACIA UNA COMPRENSIÓN DEL MOVIMIENTO DE LAS MÚSICAS  
URBANAS ALTERNATIVAS”.**

**YEIMY ARMANDO ARGOTY BENAVIDES  
WILSON MARINO BENAVIDES LEYTON**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
PROGRAMA DE MUSICA  
SAN JUAN DE PASTO  
2012**

**“HACIA UNA COMPRENSIÓN DEL MOVIMIENTO DE LAS MÚSICAS  
URBANAS ALTERNATIVAS”.**

**YEIMY ARMANDO ARGOTY BENAVIDES  
WILSON MARINO BENAVIDES LEYTON**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de  
Licenciado en Música**

**Asesor:  
HERNAN CABRERA  
Docente Programa de música  
Universidad de Nariño**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
PROGRAMA DE MUSICA  
SAN JUAN DE PASTO  
2012**

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

“Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado son responsabilidad exclusiva de su autor”.

Artículo 1 del acuerdo No 324 de octubre 11 de 1966 emanada por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

**San Juan de Pasto, Noviembre de 2012**

## AGRADECIMIENTOS

*Los autores expresan los más sinceros agradecimientos a:*

*Díos, por su infinito amor...*

*Al apoyo incondicional de nuestras familias.*

*A nuestros hijos, porque cada día nos animan a ser y hacer...*

*A la Bambarabanda, por ser un referente claro de nuevos tiempos musicales, donde el amor, la amistad, el juego y el experimento se funden con el compromiso y la responsabilidad sonora en cada nota...*

## **RESUMEN**

El propósito de este trabajo es describir las dinámicas musicales y socioculturales del movimiento urbano alternativo, a partir del análisis del proceso de producción artística del colectivo BAMBARABANDA. El método fundamental para avanzar en este objetivo, es el análisis de la información audiovisual, fruto de entrevistas, conciertos y producciones cd graficas recolectadas durante más de diez años de trabajo continuo de la agrupación BAMBARABANDA, así como también de distintas en Colombia y el mundo, igualmente de productores, historiadores, y seguidores de estas corrientes musicales. Con este estudio, se espera que la academia y la sociedad tengan un referente que permita acercarse más a la comprensión y valoración de estas músicas.

### **Palabras claves:**

Música urbana alternativa, producción musical, identidad musical, músicas de resistencia.

## **ABSTRACT**

The purpose of this paper is to describe the musical and cultural dynamics of alternative urban movement, from the analysis of the production process of collective artistic BAMBARABANDA. The fundamental method to advance this objective is the analysis of visual information, the result of interviews, concerts and productions cd graphics collected over ten years of continuous work of the group not only BAMBARABANDA, if no other groups in Colombia and the world, as well as producers, historians, and fans of these musical currents. With this study, it is expected that the academy and society have a benchmark that allows closer to the understanding and appreciation of this music.

### **Key words:**

Alternative urban music, music production, musical identity, strength musics.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION .....	18
1. ASPECTOS GENERALES .....	19
1.1 TITULO .....	19
1.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA .....	19
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	20
1.4.1 Objetivo general. ....	20
1.4.2. Objetivos específicos. ....	20
2. JUSTIFICACION .....	21
3. MARCO REFERENCIAL .....	23
3.1 ANTECEDENTES .....	23
3.2 MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	24
3.3 MARCO TEORICO CONTEXTUAL .....	33
4. METODOLOGIA.....	34
4.1. PARADIGMA .....	34
4.2 POBLACION Y MUESTRA.....	34
4.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION.....	35
4.4. TECNICA DE ANALISIS .....	35
5. CRONOGRAMA .....	37
6. PRESUPUESTO .....	38
7. INFORME FINAL.....	40

7.1.	MUSICAS URBANAS ALTERNATIVAS E IDENTIDAD .....	40
7.1.1.	Lo Urbano y lo Alternativo.....	43
7.1.2.	Bambarabanda y la búsqueda de la identidad musical .....	45
7.1.3.	Lenguajes de resistencia: .....	51
7.1.3.1.	Cultura vs. Estado. ....	51
7.1.3.2.	La bambarabanda y la música de resistencia .....	53
7.2.	PRODUCCION Y REALIZACION DE LAS MUSICAS URBANAS ALTERNATIVAS.....	60
7.2.1.	Producción musical. ....	60
7.2.1.1.	De “El baile de los obligaditos” al “Bambarabanda music world”. ....	62
7.2.1.2.	La preproducción musical. ....	66
7.2.1.3.	Grabación producción “LIVE”. ....	72
7.2.1.4.	Registro de los temas para su protección jurídica .....	74
7.2.2.	Producción ejecutiva. ....	75
7.2.2.1.	Bambarabanda y la producción ejecutiva. ....	77
7.2.2.2.	Proyección de la música urbano alternativa .....	78
7.3.	CONFIGURACION DE PROYECTOS INTEGRALES DE TRABAJO ARTISTICO.....	79
7.3.1.	La consolidación estética.....	80
7.3.2.	El diseño para la música.....	81
7.3.2.1.	El diseño de “el baile de los obligaditos” un proyecto asociativo entre la música, el diseño y las artes plásticas .....	84
7.3.2.2.	Bambarabanda y la puesta en escena. ....	88
7.3.2.3.	La apuesta visual al escenario / el vj o video jockey.....	93
7.3.2.4.	Diseño de vestuario.....	95

7.4.	DINAMICAS DE CONSUMO CULTURAL.....	97
7.4.1.	El estado de los medios de comunicación.....	97
7.4.2.	La participación con el público. ....	98
7.4.2.1.	Promoción en internet. ....	100
7.4.2.1.	La Supervivencia digital: .....	103
7.4.2.2.	Medios escritos.....	109
7.4.2.3.	Radio y televisión: .....	112
7.4.3.	OTRAS ALTERNATIVAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN. ....	114
7.4.3.1.	Ruedas de negocios .....	114
7.4.3.2.	Festivales alternativos.....	114
7.4.3.3.	Convocatorias estatales.....	118
7.5.	IMPACTO SOCIOLÓGICO .....	119
7.5.1.	Bambarabanda e influencias en el imaginario colectivo. ....	120
7.5.2.	Proyección lúdico-pedagógica.....	122
7.5.3.	Autoestima. ....	124
8.	CONCLUSIONES.....	127
9.	RECOMENDACIONES.....	129
	BIBLIOGRAFÍA .....	131

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Fig 1. Stage plot. BAMBARABANDA. ....	16
Fig. 1A. Bambarabanda y los alegres de Genoy. En proceso de acercamiento a la identidad musical.....	42
Fig. 2. Carlos Vives y “la provincia”. Música urbana alternativa de la Costa Atlántica. (Fuente: Internet. D.R.A.) .....	44
Fig. 3. “Choquib Town”. Banda urbana alternativa colombiana. (Fuente: Internet. D.R.A.) .....	45
Fig. 4. Bambarabanda en sus inicios. 2002. (Fuente: Archivo fotográfico: Bambarabanda.).....	46
Fig. 5. Yeimy Argotti. Director Bambarabanda. (Izq.). Teodulfo Yaqueno. Director “Los alegres de Genoy” (der). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	50
Fig. 6. Ilustración de “El baile de los obligaditos” en la biblioteca virtual del museo nacional. (Fuente: Internet) .....	57
Fig. 7. Aterciopelados. Banda Urbana alternativa Colombiana. (Fuente: Internet. D.R.A.) .....	61
Fig. 8. Cd. “El baile de los Obligaditos”. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	63
Fig. 9. Afiche promocional del lanzamiento del disco “El baile de los obligaditos” (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	63
Fig. 10. Grabación “El baile de los obligaditos”. Estudios Wilson y sus estrellas WYSE (2008).....	64
Fig. 11. Compilados de música Colombiana. “Rock Colombia” (izq.). “Neotropical II”. Nuevas Músicas Colombianas. (Der). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	65
Fig. 12 Y13 Caratula del Cd.:”VIII Concurso Municipal de Música campesina. 2011 .....	68

Fig. 14.	Bambarabanda grabando en preproducción desde su estudio casero. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	70
Fig. 15 y 16.	Grabación “Live” en el estudio “Audiovisión”. Bogotá, 03/07/20011. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	72
Fig. 17.	“Puerto Candelaria”. Agrupación urbana alternativa Colombiana.....	81
Fig 18.	Alex Steinweiss. Diseños de portadas de discos. ....	82
Fig. 19.	Portadas de discos diseñadas por Andy Warhol. The Velvet underground(izq). Junk Yard (der). Jimmy Hendrix(abajo, izq. The Rolling Stones. Abajo, der. )(Fuente: Internet. Andy Warhol) .....	83
Fig. 20.	Portadas de álbums. "Sgt. Peppers" de los Beatles,(izq.) "Sticky fingers" de los Rolling Stones. (der.). "The Wall" de Pink Floyd. (Centro)(Fuente: Internet. D.R.A.).....	84
Fig. 21.	Afiche lanzamiento del primer disco de Bambarabanda: “El baile de los obligaditos”(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	86
Fig. 22.	Imágenes del diseño del disco “El baile de los obligaditos. (2008). (Fuente: archivo fotográfico Bambarabanda) .....	87
Fig. 23.	Bambarabanda en el festival Iberoamericano de teatro.(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	88
Fig. 24.	Bambarabanda en el festival Iberoamericano de teatro. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	89
Fig. 25.	Bambarabanda en un ensayo escénico. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	91
Fig.26.	Montaje escénico. Bambarabanda 10 años. Teatro Imperial. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	92
Fig. 27.	Montaje escénico. Bambarabanda 10 años. Teatro Imperial. Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	93
Fig.28.	Bambarabanda en Popayán. VJ en escena. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	94
Fig. 29.	Bambarabanda en el carnaval de Pasto 2010. Vj en escena. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	94

Fig. 30.	Bambarabanda en el museo nacional. Bogotá, 2011. . (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	95
Figs.31	Diseños de vestuario de Claudia Guerrero “Astrolabio” para los integrantes de “Bambarabanda”, 2008. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	96
Fig. 32.	Publico de Bambarabanda en “Rock al parque”. 2009. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	98
Fig. 33.	Productos alternos a la música. Souvenirs. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	99
Fig. 34.	Productos alternos a la música. Souvenirs. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	99
Fig. 35	Bambarabanda en Radionica. (Radio internet). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	101
Fig 36.	Bambarabanda en REVERBNATION. (Fuente. Archivo fotográfico Bambarabanda).....	101
Fig. 37.	Agrupación alternativa: Velandia y la tigre. ....	102
Fig. 38.	Agrupaciones urbano alternativas de Colombia.Bomba stereo. (Arriba, izq). La 33 (arriba, der). (Fuente: Internet. D.R.A.) .....	103
Fig. 39.	Agrupaciones urbanas alternativas de Colombia. Systema solar (abajo, izq. ) La mojarra eléctrica (Abajo, der.). (Fuente: Internet. D.R.A.).....	104
Fig. 40	“Radiohead”. Banda británica de música urbana alternativa. (Fuente: Internet. D.R.A.) .....	105
Fig. 41.	Bambarabanda en Myspace.com (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	107
Fig. 42.	Bambarabanda en Twitter.com (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	107
Fig. 43	Bambarabanda en facebook.com. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	108
Fig. 44.	Bambarabanda en youtube.com .....	109

Fig. 45.	Bambarabanda en el portal web del diario “El país”. 2011. (Fuente: Archivo fotográfico. Bambarabanda).....	109
Fig. 46..	Bambarabanda en la revista Shock. 2009. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	110
Fig. 47.	Bambarabanda en la revista shock. Fotografía del show central alternativo presentado en directo por el canal de tv caracol. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	110
Fig. 48	Bambarabanda en los premios shock. 2009. (Fuente: Internet. D.R.A.) .....	111
Fig. 49.	Bambarabanda en el portal de la revista Shock. (2011). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	112
Fig. 50.	Entrevista de Bambarabanda en RCN nacional. Bogotá 2011. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	112
Fig. 51.	Concierto desconectado. En “Vivo” a través de la emisora estatal Radionica FM / WEB(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	113
Fig. 52.	Bambarabanda en el Festival Iberoamericano de teatro. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).....	115
Fig. 53.	Bambarabanda en el festival “Rock al parque” 2009. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda) .....	116
Fig 54.	Programación festival “Galeras rock 2011. (Fuente: Internet. D.R.A.)	117
Fig. 55.	Bambarabanda y Edson Velandia en el festival “Galeras rock 2011” (izq.). Fig. 56. Rueda de negocios del festival “Galeras rock 2011”. (Der.) .....	118
Fig. 57.	Bambarabanda en el carnavalito. ....	121
Fig. 58.	Bambarabanda en trabajo social en el proyecto “la Minguita” con niños del Corredor Oriental “Fundación Social”, 2007.....	123
Fig. 59	Bambarabanda en talleres con la fundación “Arca de Noé”. 2010 .....	123

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo A.</b> .....	132
<b>Anexo B.</b> .....	134
<b>Anexo c:</b> .....	135

## GLOSARIO

**BACK LINE.** Término utilizado para referirse a los equipos de amplificación de audio que está detrás de la banda en el escenario, incluyendo amplificadores de guitarras, bajo y teclados. En los EE.UU se ha expandido el concepto en los últimos años para incluir instrumentos como: guitarras, bajos, teclados, kits de batería e instrumentos de percusión.

**RIDER. TÉCNICO.** Hace referencia a las necesidades y requerimientos técnicos de un artista o una producción o para especificar un sistema instalado en foros, auditorios o salas de concierto. “Comprende desde cómo quiere la banda que le hagan el pago, hasta cuantas gaseosas quiere en el escenario o cuantas aguas quiere en el camerino todo eso va desde el gatering, hasta la seguridad todo específicamente se ha tomado para cosas como el sonido, desde que consola quieres utilizar o que consola utiliza la banda, o que marca de parlantes utiliza la banda, que amplificadores de guitarra específicamente utiliza cada guitarrista, que marca ... específicamente de que pulgadas utiliza los toms la batería de yeimi si o sea el timbal todo o sea todo va especificado que timbal se requiere todo ese es un rider técnico”. Felipe Rosas.

**STAGE PLOT.** Diagrama, dibujado a escala, lo que indica la ubicación en el escenario del equipo de artistas, accesorios, micrófonos, etc. (Ver Fig. 0)

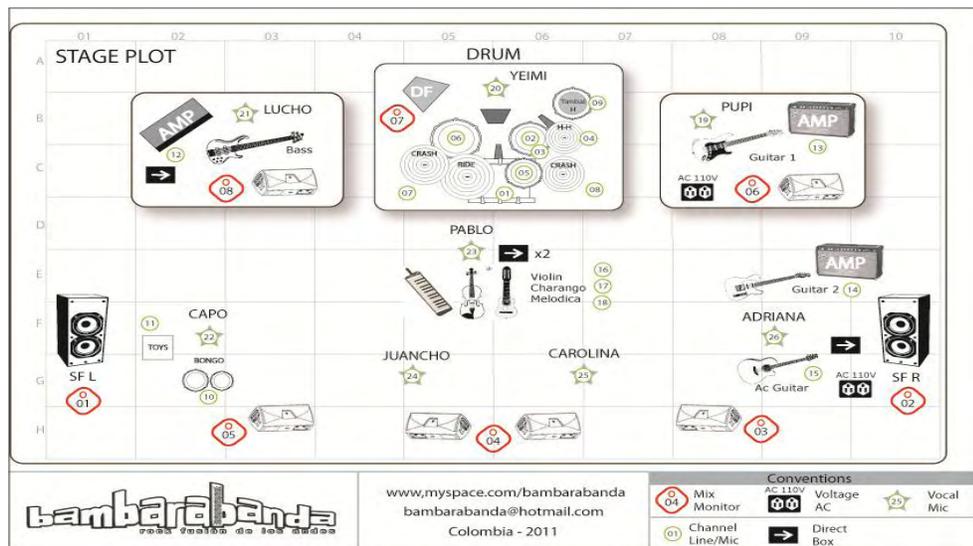


Fig 1. Stage plot. BAMBARABANDA.

**KIT PRESS.** Los kits de prensa son una herramienta común de promoción utilizado por los músicos en el momento de lanzar un nuevo álbum e incluyen: Biografía de la banda, material fotográfico (muchas fotos corporativas se hacen en blanco y negro para los propósitos de impresión de periódicos), Información de contacto para el sello de la banda, manager, publicista, u otro

representante, discografía (todos los anteriores discos lanzado por la banda)  
Lista de equipo (si el kit se envía a la sala de música en vivo)

**E.P.K.** Electronic press kit. Es el equivalente a un Kit press, pero en su versión electronic. Un EPK usualmente toma la forma de un sitio web o correo electrónico, aunque también se sabe que existen en forma de CD y DVD. (ver en DVD anexo el E.P.K. Bambarabanda)

**RED LIGHT PANIC.** Hace referencia al pánico común que pueden llegar a sentir los músicos cuando están a punto de grabar. (Red Light, hace referencia a la luz roja que se enciende cuando se esta grabando).

**MASTERING.** Es el proceso técnico y artístico a través del cual se optimiza los archivos de audio para obtener un buen sonido en el mayor número de sistemas o en cualquiera de los soportes y canales de difusión actuales.

Es el último paso creativo de toda producción musical o proyecto sonoro y consiste en proporcionar el mejor acabado para que el producto final tenga la mejor calidad sonora y el mejor nivel competitivo en el mercado. (<http://www.masteringlive.com/que-es-el-mastering>. 2011)

**MEZCLA.** La mezcla de audio es un proceso utilizado en la grabación y edición de sonido para balancear y equilibrar el volumen relativo y la ecualización de las fuentes de sonido que se encuentran presentes en un evento sonoro. Comúnmente estas fuentes de sonido son distintos instrumentos musicales en una banda o las secciones de una orquesta. De igual forma se manejan parámetros de volumen y ubicación para lograr darle una espacialidad al evento sonoro, simulando así lugares y atmósferas mediante la manipulación de efectos y otros parámetros, para poner al público en contacto pleno con el intérprete de la obra musical. ([http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla\\_\(audio\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_(audio)).)

**STREAMING.** Consiste en enviar desde un servidor música al ordenador del usuario el audio que se solicita, permitiendo escucharlo en línea, pero sin la opción de guardarlo en el computador.

**UNDERGROUND.** Clandestino. Respecto a las músicas, es un término utilizado comúnmente para referenciar a aquellas músicas que se desenvuelven en un contexto clandestino, fuera de los circuitos y estándares comerciales.

**MAINSTREAM.** Música aceptada socialmente y promovida comercialmente a través de los grandes medios.

## INTRODUCCION

El siguiente trabajo es una investigación sobre las prácticas de las músicas urbanas alternativas en Colombia a partir del análisis de diferentes aspectos que las caracterizan, desde el concepto, la gestión y desarrollo de producciones musicales, hasta el diseño de su percepción estética y el posicionamiento en medios masivos de comunicación. Dada la coyuntura actual caracterizada por una escena que cobra cada vez más fuerza en el mercado, y que está vigente gracias a la participación en festivales, ruedas de negocios nacionales e internacionales, además de la gran cantidad de agrupaciones y proyectos relacionados con estas músicas, se investigó qué tipo de variables giran alrededor de su quehacer, analizando sus formas musicales; sus discursos; las propuestas estéticas; los mecanismos de sostenimiento económico ; las estrategias de promoción, y su impacto en la sociedad actual. De esta forma, el proyecto describe y analiza las particularidades que identifican estas músicas, proporcionando una idea mucho más clara de su naturaleza y su relación con el entorno, reconociendo así su importancia y validez frente a la sociedad, las instituciones y la academia.

# 1. ASPECTOS GENERALES

## 1.1 TITULO

“Hacia una comprensión del movimiento de las músicas urbanas alternativas”.

## 1.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Existe la necesidad de conocer y explicar a fondo el movimiento de las músicas alternativas urbanas en Colombia. La investigación de estas corrientes musicales hasta el momento es escasa; aun se desconoce la raíz de su concepto, sus características; los procesos de producción artística; de gestión; de promoción; difusión y la manera cómo influyen en el aspecto sociológico de su entorno. Al desconocer la existencia de investigaciones alrededor del tema, muchos procesos musicales de vanguardia que redefinen continuamente la cultura global de estos tiempos, se alejan a la posibilidad de ser entendidos y vivenciados. La necesidad surge ante todo porque está visto que el entorno particular de estas músicas, influye directamente en el comportamiento de los grupos urbanos característicos de las sociedades actuales y permite comprender las dinámicas que los conforman, generando posibles acercamientos a la creación de políticas públicas en relación con juventud; la educación, la formación artística; y la gestión cultural entre otras; a la vez que el conocimiento de ellas, es insumo básico para entender el devenir de la sociedad contemporánea.

La ausencia de investigación respecto al movimiento de las músicas urbanas alternativas trae como consecuencia una propensión a la marginalidad, al desconocimiento de procesos que representan el sentir de un gran sector de la población; aislando con ello a amplios grupos de la sociedad y desaprovechando el valor de la re significación de la música.

*De este modo, y desde la región, se toma como referente la agrupación urbano alternativa Bambarabanda, quien a través de la experiencia de más de 10 años en la producción musical y ejecutiva; permitirá el acercamiento al concepto de cómo funcionan estas músicas y como se difunden, promocionan e influyen en la sociedad.*

Desde esta perspectiva surgen preguntas fundamentales que necesitan resolverse como:

- ¿Que son y cómo se caracterizan las músicas alternativas?
- ¿Cómo se lleva a cabo una producción musical urbano - alternativa?

- ¿Cuáles son y cómo funcionan los medios de difusión y promoción más importantes para las músicas urbanas alternativas?
- ¿Cómo trabajan los canales masivos de comunicación en cuanto a la integración del público con los proyectos musicales?
- ¿Estos fenómenos son compartidos en otros contextos de ciudad en Colombia?
- ¿De qué manera participa e influye el público en los proyectos musicales Alternativos?

Estas preguntas para su correlación tienen en la siguiente pregunta articuladora el elemento que nuclea la investigación y sus objetivos:

### **1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

“¿Cómo funcionan las músicas urbanas alternativas y de qué manera influyen en los procesos artísticos y socioculturales en la región y el País?”.

### **1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

**1.4.1 Objetivo general.** Describir las dinámicas musicales y socioculturales del movimiento urbano alternativo, a partir del análisis del proceso de producción del colectivo BAMPARABANDA, resaltando su valor e importancia en la difusión de la cultura de la región.

#### **1.4.2. Objetivos específicos.**

- Conceptualizar las características más importantes de las músicas urbanas alternativas.
- Identificar el comportamiento de las Músicas Urbanas alternativas a partir del análisis de la realización de una producción musical.
- Identificar cómo se articulan y giran los proyectos integrales de trabajo artístico alrededor de una propuesta musical – estética.
- Describir el funcionamiento de las dinámicas de consumo cultural respecto a las músicas urbanas alternativas.
- Analizar el aporte e impacto sociológico de estas músicas en el imaginario de la sociedad.

## 2. JUSTIFICACION

El movimiento de las músicas urbanas alternativas se abre paso a través de gran cantidad de jóvenes que encuentran en ellas su fuente principal de expresión social. Aunque en sus inicios contaba con muy poca aceptación, con el paso del tiempo cobró mayor fuerza, a tal punto de organizarse en diferentes partes del mundo como una industria capaz de competir con la música comercial a partir de estrategias de producción, promoción y distribución diferentes. Es el caso de la agrupación nariñense, BAMBARABANDA que hace diez años experimenta un proceso artístico creativo perteneciente a este movimiento. La experiencia de la agrupación se retroalimenta en los campos de la investigación, la creación y la pedagogía relacionando algunas esferas del arte como la plástica, el teatro, la realización audiovisual y la música principalmente. Respecto a esta última, ha existido una tendencia a investigar la tradición indígena - campesina y sus estructuras en general. Dicho proceso se ha venido materializando en obras tangibles como dos discos grabados; una muestra audiovisual de alrededor de treinta videos, un extenso trabajo auto producido y auto gestionado en su totalidad, al igual que una activa participación en el mercado nacional, características que hoy por hoy identifican a algunas agrupaciones del genero urbano alternativo en el mundo.

Es importante que a esta altura del proceso se retome el análisis investigativo para estudiar a fondo esta experiencia, la cual pretende aclarar cómo se desenvuelve el trabajo de creación colectiva, además del papel que juega la música en la manifestación del arte al interior del grupo, ayudando a comprender de qué manera la música urbana alternativa independiente se encuentra en este momento posicionada, compitiendo con la música comercial a pesar de contar con menos recursos económicos.

El movimiento de las músicas alternativas en la ciudad es constante, a la vez que numeroso. Aun así, este tipo de música es subvalorada sin entender aun la fuerza de su presencia y su impulso. Vale la pena investigar más a fondo, para llegar a plantear ideas frescas como constructivas alrededor del auge de estas músicas además de la importancia política, social y económica para la región.

El proyecto se enmarca en la línea de investigación de músicas urbanas que vienen adelantando el Programa de Licenciatura en Música y la Especialización en Pedagogía de la Creatividad, en consecuencia aporta una nueva perspectiva de análisis que permitirá, de manera conjunta con otros proyectos en el área, consolidar el conocimiento de esta práctica cultural para la futura toma de decisiones en los campos formativo-educativo de políticas de juventud; de programas y proyectos de industrias creativas; de integración y cohesión social.

Este material servirá igualmente como material de consulta para aquellos que movidos por la fortaleza de sus ideas estético musicales, deseen producir, plasmar y materializar sus obras en el campo de la autoproducción y la autorrealización.

### 3. MARCO REFERENCIAL

#### 3.1 ANTECEDENTES

Son muy poco conocidas las investigaciones alrededor del funcionamiento de las músicas urbanas alternativas en Colombia, la mayoría de ellas se encuentran adheridas a investigaciones en programas de televisión de canales alternativos como señal Colombia; otras se constituyen como colectivos artísticos que amplían sus horizontes musicales y experimentan todo un conglomerado de ideas que giran en torno a la tradición como es el caso del colectivo Martina Pombo en el Valle del Cauca, una empresa cultural que desde 2006 ha trabajado en torno a las músicas tradicionales del suroccidente colombiano; mientras otras funcionan como festivales musicales que reúnen cantidades de propuestas novedosas en diferentes regiones, como es el caso del festival Petronio Álvarez o el festival bandola entre otros. También es importante tener en cuenta las ruedas de negocios de industrias creativas y su relación con la música alternativa, puesto que en estos espacios, los artistas y agrupaciones de estas tendencias, exponen ante representantes de empresas que trabajan con festivales de todo el mundo, sus trabajos creativos, como es el caso de la rueda de negocios de la música en Medellín, Bogotá y/o Cartagena.

Para entrar en la investigación de las músicas urbano alternativas, se toma como referente la experiencia de la agrupación BAMBARABANDA, al igual que el trabajo de grado “EL BAILE DE LOS OBLIGADITOS. ERUPCIÓN DE COLORES” tesis presentada por los ahora maestros en artes visuales de la Universidad de Nariño, JUAN FERNANDO CANO y MAGDA CAROLINA PONCE, que narra el proceso de experiencia creativa desde los campos musical y audiovisual de la agrupación; destacando la importancia de la interdisciplinariedad artística que ha llevado a que el trabajo se enriquezca de manera constante desde el año 2000. A partir de este paso, que concluye con el lanzamiento CD gráfico de su obra: “El baile de los obligaditos, erupción de colores”, la agrupación, comienza un proceso de posicionamiento a nivel Nacional e Internacional, que lleva al colectivo entre otras cosas a participar en festivales como ROCK AL PARQUE 2009 (Banda revelación); FESTIVAL IBEROAMERICANO DE TEATRO 2010, FERIA DE LAS FLORES 2010, FESTIVAL ALTAVOZ 2010 (Medellín) ; Feria Internacional del libro 2010 (Quito) , premios shock 2009 (Mejor banda nacional alternativa); premios subterránea 2009 (Mejor show nacional en vivo) ; y a presentar su trabajo en importantes lugares como el MUSEO NACIONAL, el teatro GILBERTO ALZATE AVENDAÑO entre otros.

En la actualidad, BAMBARABANDA acaba de grabar su segunda producción musical, que incluye un trabajo de 12 canciones inéditas grabadas en el estudio AUDIOVISION en la ciudad de Santa Fe de Bogotá, cuya mezcla y masterización se realiza en la ciudad de Los Ángeles (USA) y que espera salir al mercado

próximamente. Igualmente el colectivo se desempeña en Trabajos lúdico pedagógicos, en brigadas Artísticas con grupos de jóvenes participantes del Semillero de Liderazgo Juvenil del Municipio de Pasto y sus corregimientos; y mantiene también una activa participación en eventos y festivales nacionales e internacionales.

Este proceso que mantiene vivo el trabajo de producción musical se desenvuelve dentro de variables que hacen que el mercado y el posicionamiento de las músicas alternativas en Colombia y en el mundo se encuentren en activo movimiento.

Es igual de importante hacer referencia a la importancia de la Música urbana alternativa en la ciudad de Pasto, pues, la presencia de este tipo de agrupaciones en la escena local va en aumento a pesar de existir muy pocos espacios encargados para su promoción, divulgación y proyección. En la actualidad por ejemplo más de 50 agrupaciones se han inscrito a participar en las eliminatorias del festival de música urbana alternativa: GALERAS ROCK, lo cual demuestra su innegable importancia en la ciudad.

### **3.2 MARCO TEORICO CONCEPTUAL**

**MUSICA URBANA ALTERNATIVA:** Por “Alternativo”, se entiende a todo un estilo artístico cultural generacional que surge en el contexto del final de la guerra fría. El rompimiento del muro de Berlín y la caída del socialismo europeo a mediados de los 80’s y principios de los 90’s. La sociedad joven, sometida al capitalismo salvaje y, fastidiada del falso glamour de los 80’s, empieza a encontrar circuitos afines musicales y artísticos en todo el mundo, principalmente en USA, país bandera del sistema económico imperante, donde prima la desintegración familiar, el consumismo y la obsesión del éxito económico. La juventud tenía historias nuevas que contar; surge la necesidad de expresarse en otro lenguaje, en un lenguaje de resistencia. La cultura se abalanza sobre la pseudo cultura, y una nueva forma de vida se empieza a contar en la irreverencia del vestir, del cantar, del expresar artísticamente. Surgen artistas que influirían activamente en toda una generación con sus canciones y su performance, florece toda una generación que los idolatraría hasta hacerlos tambalear. Tanto la música como la estética comercial del glam, con sus extravagancias sonoras y visuales es cuestionada, surge “lo alternativo”, todo aquello que va en contra de lo posicionado y establecido; una nueva forma de cantar y de ver el mundo. Aquel estilo naciente, muy urbano, también siente nostalgia por el pasado, se rebela contra la moda y retoma características tradicionales del arte en sus vestimentas, sus ritmos, sus instrumentos. “El grunge fue víctima de la industria de la moda, que difundió una estética arquetípica fundamentada en las camisas de los leñadores, antiguos

habitantes de Seattle y los alrededores, y en las prendas acribilladas de rotos y deliberadas huellas de descuido”.( Microsoft ® Encarta ® 2009. )

La inclusión de la informática en los procesos productivos y la aparición de la web como un nuevo espacio de comunicación a escala mundial, generaron una transformación importante en la manera de organizar todos los procesos económicos, y abrieron nuevas posibilidades de circulación y comercialización de los contenidos y productos culturales. (Política para el fomento de las industrias creativas, 2011). El afianzamiento de internet en la vida social y cultural empieza a traer resultados como la guerra musical entre las grandes compañías que habían absorbido y monopolizado el negocio de la música. La industria independiente, aquella que surge con propuestas frescas, novedosas y con bajos presupuestos, comienza a hacer contrapeso en el negocio musical. La tecnología, hace posible tener acceso a estudios de grabación caseros con bajos recursos. Lo “Alternativo”, tiene sus propios argumentos y herramientas para tratar de romper y competir con aquel mercado al cual repudiaba y criticaba. Este panorama tiene su escenario en todo el mundo, el nuevo “estilo” llamado “GRUNGE” es abanderado por una gran explosión de grupos y artistas cuyo epicentro se sitúa en la ciudad de Seattle (Estados Unidos). “El llamado “grunge” no consigue alcanzar una trascendencia internacional hasta la difusión masiva por la MTV (Music Televisión) del tema “Smells Like Teen Spirit”, de la banda Nirvana, incluido en el que sería álbum millonario, Nevermind. El fenómeno se volvió muy complejo para los comentaristas especializados, en la medida en que, además de contar con unos abultados historiales en compañías discográficas independientes, los miembros de Nirvana eran reacios a presentarse ante los medios, reivindicaban sus raíces en una ciudad que consideraban desfigurada por el crecimiento económico y las desigualdades sociales, y pretendían descentralizar el protagonismo de Los Ángeles y San Francisco en lo tocante a la creación de rock alternativo”. (Microsoft® Encarta® 2009).

**AMERICA LATINA:** En lo que hace referencia a América latina, el contexto es similar, las músicas alternativas viven un periodo de ebullición, desde Argentina a Estados Unidos, moviéndose en circuitos también alternativos. En lugares donde existe una gran cantidad de población sometida al desamparo cultural, y a una escisión entre la realidad que aparece en los medios y lo que de verdad pasa al interior de las comunidades, la complejidad es característica. “La abundancia de jóvenes expresándose en las diferentes artes hace que sea paradójica la realidad, miles de jóvenes haciendo cosas distintas a las que les venden a diario y el capitalismo produciendo lo que la realidad rechaza, pero sin criterio...” (Caicedo, andres.2010). Esto básicamente se traduce en una serie de grupos de lo que se puede denominar "música de resistencia", porque funciona como un elemento de unión popular y de identificación en un nivel que se creía olvidado, porque se rehúsa a dejar perder las fuentes esenciales de la música, que muchas veces se

ven ahogadas con relación a los sonidos occidentales, que también tienen gran cabida.

**COLOMBIA:** Particularmente, en Colombia, país con una vasta diversidad cultural y artística, estas músicas alternativas urbanas, surgen a partir de la experimentación, y la fusión, floreciendo en todas las regiones: En el Atlántico, con la cumbia; en el pacífico, el currulao y el porro chocoano, y por supuesto, para este caso, en Pasto, con el sonsureño, y la BAMBARABANDA como agrupación líder, del genero.

Toda esta energía musical naciente y en plena ebullición ha llamado la atención de los medios y la creciente industria independiente y Colombia no podía ser la excepción. Casas musicales independientes como MTM lideran proyectos como NMC (Nuevas músicas Colombianas) cuyo fin principal es precisamente llegar a ese público distinto, ansioso de sonidos nuevos, aburrido del lenguaje musical comercial del vallenato y el tropipop que definen la cultura musical Colombiana muy a medias.

La música Alternativa sigue surgiendo en escenarios cuyas historias de represión, sometimiento y olvido estatal son características. Su respuesta obedece a que la cultura, tal vez como ningún otro elemento característico de las civilizaciones, tiene vida propia, es autónoma, se revela, es sincera, surge de la necesidad real de contar. Hablar de Estado y de Cultura de manera simultánea puede ser una contradicción, en la medida en que el Estado por su propia naturaleza busca unificar y controlar, mientras la cultura es diversa y busca escapar al control. Mientras que el Estado adelanta procesos a través de los cuales se quiere que todos los ciudadanos obedezcan a unos mismos principios y valores que permitan la mayor unificación posible de la sociedad, la cultura se rebela contra esas formas de control por medio de lo que le es más específico, la creación, la transformación, lo lúdico.

**PRODUCCION MUSICAL:** “La creatividad tiene profundas raíces en el contexto cultural de un país; por esta razón, constituye un patrimonio omnipresente en todos los países, y su eficaz mantenimiento y explotación pueden ofrecer a los Países en desarrollo nuevas oportunidades que los catapulten a nuevas esferas de creación de riqueza, en consonancia con las tendencias más generales de la economía mundial”. (UNESCO, 2001.)

La producción tiene que ver con la materialización de obras creativas y el procesamiento de bienes y mercancías artístico-culturales, desde su concepción, la financiación y promoción de las mismas. Hay dos clases de productores en la industria de la música: **Productor Ejecutivo** y **Productor Musical**; estos tienen roles distintos. Mientras el productor ejecutivo es el responsable financiero del proyecto, el productor musical es el responsable de la música, en todos sus aspectos.

Los proyectos relacionados con músicas urbanas alternativas se han caracterizado principalmente por su “independencia” y su autonomía respecto a las grandes empresas del negocio de la música, al contrario de aquellos proyectos, donde estas deciden desde el concepto estético, hasta la selección de las canciones y arreglos para los artistas, terminando con la promoción en medios y la organización de los conciertos, giras y demás mecanismos de mercadeo, promoción y publicidad. “En el caso de la producción artística, la creatividad es el principal insumo, puesto que el producto está vinculado estrechamente al mensaje o concepto que el artista ha querido expresar y condensar en su producción. Además, este mensaje es también generado en procesos de experimentación que pueden implicar modificaciones del contenido en el desarrollo mismo de la creación. Esto plantea particularidades en el proceso de producción, como por ejemplo la dificultad de planearlo detalladamente, de ajustar cronogramas y herramientas de costeo a la elaboración, la necesidad de guardar la autonomía del creador para que se pueda desenvolver en el proceso de experimentación, la altísima incertidumbre sobre la aceptación que pueda tener entre el público lo generado por el artista, los plazos más largos de maduración de las inversiones iniciales hechas en esta actividad. Éstas son particularidades del proceso creativo que implican una gestión particular de la empresa para lograr el doble resultado de la generación de productos cultural y estéticamente valiosos y la sostenibilidad de la actividad productiva en el tiempo”. (MIncultura, 2011).

Como quiera que sea, todo proyecto relacionado con la producción musical, debe concebirse y materializarse en tres etapas principalmente: PREPRODUCCION, PRODUCCION, POSTPRODUCCION. A continuación, se describirán brevemente, los componentes y características más importantes de cada etapa.

### **PREPRODUCCIÓN:**

- **Investigación.** Es un proceso inherente al músico, productor o agrupación musical. Tiene como fin ampliar y afianzar el conocimiento musical en lo referente a aspectos técnicos, interpretativos, comerciales y administrativos; y parte de herramientas tan sencillas como escuchar música, ver videos de agrupaciones, hasta leer catálogos de equipos y sondear el movimiento del mercado musical. Cada uno de estos aspectos encierran detalles que tienen que ver con lo musical, audiovisual, lo administrativo, lo comercial y la proyección económica.
- **Composición y arreglos musicales.** La creación de la música, pasa por el pensamiento original del compositor, quien parte de una idea o motivo musical. En la mayoría de los casos es él mismo la persona encargada de hacer los arreglos correspondientes, pero en la música urbano alternativa suele darse el caso de arreglar en grupo, a lo que se denomina “Creación colectiva”, en este caso, los arreglos en colectivo son dirigidos por la figura del director-productor musical.

- **Cronograma de ensayos.** Es importante organizar y orientar la disciplina de ensayo, alternando etapas de ensayo y grabación, en varias sesiones semanales.
- **Elaboración de pistas.** En este aspecto es importante asegurar una buena base rítmica y armónica que permita tener un piso firme en el momento de grabar. Las pistas por lo general se pueden realizar en programas de grabación como REASON, o simplemente utilizando el click de metrónomo de el programa que se utilice, mas una base percutiva, a la que se irá añadiendo cada instrumento de acuerdo a la necesidad del músico y el tema a grabar.
- **Concepto del disco.** En este primer paso, se define o concibe el conjunto de ideas que darán vida al proyecto musical, en cuanto a sus formas y estructuras musicales y estéticas, el tipo de mensaje y contenido que derivará en el resultado final.
- **Selección del material (temas musicales) a grabar.** Para el caso particular, dentro de un grupo o repertorio de composiciones inéditas, y el trabajo de ensayos y grabación de demos, se selecciona aquellas canciones con las cuales exista mas afinidad, no solamente en la relación estrictamente musical, sino también en la relación escena-publico.
- **Cronograma de ensayos.** Es importante organizar y orientar la disciplina de ensayo, alternando etapas de ensayo y grabación, en varias sesiones semanales.
- **Arreglos musicales.** En este caso, arreglos en colectivo, liderados por la figura del director-productor musical.
- **Definición del estilo musical y performance en cada canción.**
- **Grabación de demos de los temas.** Esta realización, se hace en el estudio casero, su misión principal es analizar el funcionamiento de los arreglos y las estructuras de cada canción, además de seleccionar la tonalidad musical y los tempos de las mismas, así como su duración y formato. (Aplicación de conceptos)
- **Definición de la formación musical y artistas invitados.**

#### **PRODUCCION/GRABACION:**

- Sesiones de grabación. Tomando como punto de partida el número total de tracks a grabar, se procede a organizar las sesiones de grabación, teniendo en cuenta el formato musical y la distribución de los músicos en estudio.
- Coordinación de las sesiones de grabación.
- Cronología en el proceso de grabación.
- Trabajando con gente. ¿Cómo manejar un grupo?
- Psicología: ¿Cómo lograr lo mejor de cada artista en función del trato y del ambiente de trabajo?
- ¿Cómo llevar el control de lo grabado?

## POST-PRODUCCION:

- Pre mezcla
- Mezcla.
- Mastering

a) Edición. Modificación de la duración de los archivos de audio. Especial mención al single y la radio fórmula.

b) Mastering en sentido estricto. Modificación del sonido.

c) Corrección de mezclas.

d) Homogenización del conjunto del trabajo.

## LOS MEDIOS Y SU PAPEL EN LA DIFUSION DE LA MUSICA ALTERNATIVA

**URBANA:** La música comercial, ha basado su producción musical no como un lenguaje artístico que desea culturalmente ser reconocido y explotado, su difusión más bien ha obedecido a la respuesta de un mercado que los medios de comunicación han preparado por años, un negocio muy rentable , cuyas pretensiones son meramente económicas. La música ligera o música popular contemporánea es un producto industrial que no persigue intenciones artísticas, sino la satisfacción de la demanda de mercado que ella misma orienta y determina con una función pedagógica. Si el hombre de la sociedad industrial es, según afirman varias tendencias sociológicas, un individuo heterodirigido, por el que piensan y desean los grandes aparatos de la persuasión oculta, la música de consumo es uno de los instrumentos más eficaces para su coacción ideológica. Sin embargo, las tendencias urbanas alternativas, en contracorriente con este aparato difusivo dominado por los grandes medios como la televisión y la radio, encontró en internet, una herramienta de comunicación eficaz para la difusión de sus contenidos creativos. Esta tendencia ha aprovechado a favor la difusión masiva que ofrece la red, sobre todo en momentos en que la piratería acabo con el negocio de las compañías discográficas, donde vender discos ya no es productivo económicamente, pero aun sigue siendo necesario difundir la música. Colgar música o videoclips gratuitos en internet, es una forma de promocionarse y auto piratearse. En momentos donde se salió totalmente de las manos la reproducción en internet, al artista no le queda más alternativa que viajar con la corriente de nuevas estrategias de promoción como, la venta de canciones con tarjetas y códigos a través de descargas. “La piratería en gran escala de los trabajos de referencia más importantes, de forma impresa o en CD-ROM, y la total indiferencia respecto a los derechos de los creadores y artistas en películas y grabaciones musicales, parecen ser un mal endémico en algunas naciones. Conceder permiso a los usuarios para que puedan copiar es la lógica conclusión de este conflicto y algunos países han elaborado sistemas que permiten compartir a los autores y editores los procedimientos de copia legal limitada”. (Microsoft ® Encarta ® 2009.)

Uno de los más poderosos vehículos de comunicación de la música ha sido la radio, que desde su aparición con fines comerciales en el año de 1920, ha servido como gran intermediario entre el receptor y el escucha. “Aunque no fue ésta su finalidad original, pronto se pensó en la posibilidad de utilizar la radio como medio de comunicación de masas. Su capacidad se puso a prueba el 2 de noviembre de 1920, cuando la emisora KDKA de Pittsburg retransmitió la elección del nuevo presidente estadounidense, Warren G. Harding; su mensaje fue escuchado por 1.000 personas”. Microsoft ® Encarta ® 2009. (Ver Fig. 45). La música urbana alternativa cuenta con miles de emisoras que se han especializado en transmitir y difundir todo tipo de agrupaciones en el mundo, principalmente desde dos ángulos: La radio comercial de banda, que utiliza una emisora que transmite la señal y un aparato receptor que la recibe y actualmente la radio on line que se difunde a través de internet.

**LA INDUSTRIA MUSICAL:** La industria musical ha adaptado rápidamente su modelo de negocio a las nuevas formas de 'marketing' y distribución 'on-line', cuya asimilación es requisito imprescindible para la entrada al mercado. “El panorama musical mundial está afrontando actualmente lo que podría denominarse la mayor revolución de su industria desde la invención del fonógrafo por Thomas Edison en 1877 y desde la proliferación del disco compacto o CD (por las siglas en inglés de compact disc) en la década de los 80 del siglo pasado. EEUU, líder mundial de la industria musical, con el mayor número de ventas de discos y sede de las tres mayores discográficas del mercado global, Universal Music, Sony Music y Warner Music Group, también busca ir a la cabeza en los nuevos modelos comerciales de la era digital.

En 2009, por primera vez en la historia, más de un cuarto de los ingresos de la industria musical global (un 27%) provino de las ventas en formato digital a través de los nuevos canales de la Red. En el caso de EEUU, los ingresos a través de los canales digitales ascienden al 43% de las ventas totales de música. A este respecto, el mercado digital de la industria musical creció un 12% en 2009 y se estiman las ventas en ese año por un valor de 4.200 millones de dólares, de los que casi un 80% pertenece al mercado estadounidense” (Wikipedia, 2011).

La transformación que ha experimentado la industria musical en la última década ha influido directamente sobre el mercado de licencias en el país. Tanto los sellos discográficos, como las asociaciones de autores y editores del país, han ampliado la tipología de sus licencias para incluir a las empresas que están detrás de los nuevos formatos digitales entre sus clientes. Entre estos nuevos formatos destacan las descargas de música a la carta o por suscripción, donde reina Apple, que, a través de su tienda iTunes, es el primer distribuidor del sector musical, con el 25% de la cuota del mercado total (no solo del digital). También entran en la lista de nuevos canales los proveedores de servicio a través de Internet o de teléfonos móviles (ISP, en sus siglas en inglés), como AOL Music y eMusic, y los

canales de reproducción en streaming, como YouTube, Napster y Rhapsody, entre otros.

La revolución digital de la industria musical también ha transformado profundamente el modo en que las empresas del sector ponen sus productos en manos de los consumidores, de tal modo que el primer distribuidor de música es una tienda on-line. Apple, a través de su tienda iTunes, logró hacerse con el 25% de la cuota de mercado en 2009. El segundo puesto lo ocupa Walmart, con el 20%, seguido por Best Buy, con el 16%, y por Target y Amazon, con un 10% cada uno. El éxito de iTunes como primer retailer de música se basa en su habilidad y rapidez para asimilar el modelo digital de difusión a través de Internet y de las nuevas tecnologías.

**MUSICA E IMPACTO SOCIOLOGICO:** La música tiene un alto impacto en el aspecto sociológico de la población. Ella es parte de la superestructura cultural, producto de las clases sociales, pero también de los medios de producción. La sociedad genera la música como su producto cultural. A su vez, ese producto modifica a la sociedad misma, porque la agrupa de diferentes maneras, genera grupos de pertenencia, produce alienación, implanta valores, ideales, los difunde, genera modelos e ídolos, inserta nuevos actores sociales, se generan nuevas creencias, todo con la consecuente re significación de la música. “A parte de ser un medio de comunicación y de expresión, la música es un hecho social como lo son el resto de las artes. La forma de vida de cada grupo social comporta una tipología musical que va de acuerdo con una forma de vida. Silbermann nos habla del contenido irracional de la música y de como la música impresiona en una u otra forma. Es conocido como desde el medioevo los diferentes modos se utilizaban de forma diferente según la música que se preparaba fuera para uno u otro acontecimiento y no se podían utilizar equivocadamente. Más tarde Lavignac lo vuelve a especificar y nos da una tabla con las características que corresponden a cada tonalidad, a la de re mayor le correspondía una expresión serena, brillante y alegre y a la de mi menor una expresión triste y excitada. En todo esto aparece el social determinante de la dependencia allí donde el *ethos* del tono se reconoce como un ingrediente de la sensación de la música. Así pues en cuanto no podemos negar que la música sea un hecho social debemos contar con la sociología de la música para explicarnos unos hechos sociales. Atendiendo a que la música es una actividad social, la Sociología de la música se ocupa de averiguar cuáles son las formas esenciales de la actividad musical y cuáles son los grupos sociales específicos que se reúnen en torno a una forma musical específica. Se investigan las funciones de un tipo de música y de paso la naturaleza del proceso en el que la música se desenvuelve, es decir, su evolución”. (Subirats, 2008).

Pero no solo la estructura social es la que manipula la música. Los medios de producción también lo hacen, y no solo con la música, sino que la sociedad es moldeada para que consuma ciertos productos, a otros los considere de baja

calidad. La industria discográfica es parte de los medios de producción. Y por lo tanto, la música es la materia prima con la que trabajan. ¿Puede la música afectar a los medios de producción, como lo hace con la estructura social? Solo hace falta recordar el combate de las grandes discográficas contra la piratería en Internet. Y si bien, en esta cuestión intervienen otros factores, como los sistemas informáticos, el producto comercializable es la música, y es lo que hace temblar a las discográficas, mientras las ventas continúan bajando poco a poco. La música comercial influye poderosamente en el perfil de sociedad consumista que el mercado requiere; pero la música alternativa precisamente guarda su valor en el pensamiento en contracorriente que ofrece, pues aun utilizando medios de producción bastante limitados, tiene el contenido necesario que requiere para manejar un discurso diferente de sociedad, y ella también tiene su público a favor. Miles de personas consumen música alternativa, tal vez no tanto como la música comercial, pero sí con un significativo número de personas en el mundo. Los espacios musicales de estas músicas se van abriendo lentamente, miles de convocatorias para festivales de música alternativa se hacen presentes, nuevas legislaciones aparecen y nuevos discursos empiezan a ser declarados. En cuanto al contenido literario, temas tan importantes para la nueva sociedad que requiere el hombre con urgencia son abordados por estas músicas: El afianzamiento de la cultura, la reivindicación con la tierra; y la reafirmación de la identidad. Este sentido de proyección cultural hace que el ser humano de testimonio de su estancia en el mundo. La música se convierte así en un fuerte lenguaje que integra socialmente al ser y lo proyecta. La música como contundente herramienta de expresión, permite a los seres humanos acercarse a diversas realidades humanas y sociales; es un registro de la historia para la construcción de memoria e identidad individual o colectiva. Es una alternativa de comunicación que permite apropiarse de la de cultura, siendo interlocutores activos y válidos en la búsqueda de opciones para abordar las problemáticas sociales mediante alternativas que permitan construir instrumentos de transformación social en contacto con la comunidad.

**LA MUSICA COMO DINAMIZADOR DEL ARTE:** “En un sentido amplio, el concepto ARTE hace referencia tanto a la habilidad técnica como al talento creativo en un contexto musical, literario, visual o de puesta en escena. El arte procura a la persona o personas que lo practican y a quienes lo observan una experiencia que puede ser de orden estético, emocional, intelectual o bien combinar todas esas cualidades”. (Microsoft ® Encarta ® 2009. )

La música es un lenguaje tan poderoso que no solamente se expresa a través del sonido. La música transmite y evoca movimientos visuales, agregándole color a la imaginación. Desde la época de los 70's, hasta la actualidad, muchas agrupaciones musicales, procuran darle considerable importancia a la música visual; aquella que involucra escénicamente elementos audiovisuales para dinamizar y reforzar el contenido expresivo. Se trata entonces de apoyar las

composiciones musicales con elementos visuales, coreográficos y teatrales capaces de proyectar el mensaje con mayor claridad. El posicionamiento del video-clip, a partir del nacimiento de MTV, hace que las agrupaciones necesariamente compitan en el negocio de la música componiendo conceptos audiovisuales. “Musicalmente el videoclip significó el predominio de lo visual sobre lo musical. Sólo así se explica que los grupos de éxito de la primera mitad de la década (Duran Duran, Spandau Ballet, Adam & the Ants) fueran bandas más pendientes de su aspecto que de las canciones”. (Microsoft ® Encarta ® 2009.)

La música alternativa urbana, incorpora elementos audiovisuales, no solamente con el afán expresivo, hoy por hoy, se ha convertido en una necesidad posicionar una propuesta interdisciplinar de las artes: diseño de vestuario; diseño gráfico; diseño industrial; puesta en escena: proyección visual, son algunos de las características que las agrupaciones musicales deben tener en cuenta para sus shows. La música no solamente se escucha, también se ve. Las agrupaciones musicales alternativas hoy por hoy deben tener una preparación y rigurosidad tales que las convierten en todos unos colectivos que indagan e investigan en variadas formas de arte alrededor de sus propuestas.

### **3.3 MARCO TEORICO CONTEXTUAL**

El problema se ubica en la ciudad de San Juan de Pasto, ciudad del suroeste de Colombia, capital del departamento de Nariño, ubicada en una altiplanicie de la cordillera Andina a 2.560 m de altura y en la base del volcán Galeras (sin actividad en la actualidad). La ciudad, que está situada a orillas de la carretera Panamericana, funciona como centro comercial y de distribución de mercancías de primer orden para la región agrícola circundante, y mantiene también un importante comercio con el vecino país de Ecuador. La industria de la ciudad se apoya en las fábricas de muebles y en la elaboración de productos textiles y alimentarios. Es sede de la Universidad de Nariño, fundada en 1827. Su origen se remonta al año 1539 y fue uno de los últimos bastiones leales a España durante la guerra por la Independencia de Colombia a comienzos del siglo XIX. Su población es en su mayoría indígena. Población (2005), 383.846 habitantes. (Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.)

Su vida cultural y artística gira alrededor del “Carnaval de blancos y negros”. Uno de los más importantes en Suramérica, donde expresiones plásticas, dancísticas y musicales se conjugan con el juego, el erotismo y el espíritu de fiesta, de forma única y original. Más de 5000 artistas entre: Artesanos del carnaval, colectivos coreográficos, murgas, orquestas y agrupaciones andinas, celebran la llegada del carnaval entre los días 4, 5 y 6 de enero.

## 4. METODOLOGIA

### 4.1. PARADIGMA

Cualitativo. La investigación es de tipo cualitativo por cuanto hace parte de las ciencias humanas y pretende trabajar con las “Las músicas urbanas alternativas”, un fenómeno que es real y que en si mismo tiene una dinámica múltiple y holística, valioso de ser analizado y comprendido. La investigación estará centrada en describir y comprender este fenómeno que es único en el momento histórico actual.

**ENFOQUE.** El enfoque a trabajar es Histórico hermenéutico, pues se trata de investigar el movimiento de las músicas urbanas alternativas con el fin de fijar su verdadero sentido. La interpretación se realizara a partir del cruce de distintas variables que saldrán de cada objetivo específico. Su confrontación será indispensable en el análisis de las categorías de análisis diseñadas.

**TIPO.** Etnográfico. La investigación es de tipo etnográfico, por cuanto observara y describirá los distintos aspectos de las músicas urbanas alternativas, recolectando información pertinente que pueda acercarse a interpretar su funcionamiento y su dinámica.

### 4.2 POBLACION Y MUESTRA

De la población, que en este caso son las agrupaciones de músicas urbanas alternativas en la ciudad de Pasto, se toma como muestra la agrupación “BAMBARABANDA”, proyecto cuya experiencia en este campo ha trascendido las fronteras regionales, nacionales e internacionales. BAMBARABANDA \*ROCK FUSIÓN DE LOS ANDES\* es una reconocida agrupación musical que sintetiza una propuesta musical auténtica y con identidad cultural, sustentada en la música tradicional de la Región Andina del Sur de Colombia y Latinoamérica en fusión con ritmos universales. Abanderando un proyecto musical comprometido con procesos que involucran variadas formas de expresión, y resaltando el hecho de trabajar para la creación con un profundo sentido artístico; desde el año 2000 se conforma como un colectivo que con diversas propuestas ha logrado posicionarse partiendo de experiencias con la música, el teatro, las artes plásticas, el diseño y las realizaciones audiovisuales. A partir del lanzamiento del CD titulado EL BAILE DE LOS OBLIGADITOS \*ERUPCIÓN DE COLORES\* en el año 2008 continúa proyectando su propuesta musical para Colombia y el Mundo. BAMBARABANDA participó como Banda Nacional invitada en el Festival Rock al Parque 2009, evento musical considerado entre los mas importantes de Latinoamérica, donde se destaco como la \*Banda Revelación\* de este Festival. Fue nominada a los

PREMIOS SHOCK09 en dos categorías, llevándose el galardón como \*MEJOR BANDA ALTERNATIVA\* reconocimiento entregado por la posicionada y conocedora REVISTA SHOCK. Igualmente a participado en diferentes ruedas de negocios de música independiente y alternativa en la ciudad de Bogotá y Medellín.

A esta experiencia se debe añadir que existe una investigación previa y que como tesis de grado laureada de la facultad de artes en el año 2008; sirvió para dar el título de maestros en artes visuales a dos de sus fundadores; por lo cual se retoma desde ese punto la investigación etnográfica.

Otro punto referencial lo constituyen las entrevistas realizadas a gente relacionada con el medio donde se desenvuelven estas músicas: Productores, agrupaciones, historiadores, quienes con sus aportes y su experiencia serán de crucial importancia en la investigación.

#### **4.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION.**

Teniendo en cuenta que el desarrollo de este proyecto, de carácter cualitativo, está enfocado en la investigación etnográfica y descriptiva, las técnicas e instrumentos utilizados en la investigación son los siguientes:

##### **REVISIÓN DOCUMENTAL:**

Se seleccionaran artículos de prensa físicos y virtuales (internet), además de registros de video y audio. Con el propósito de ampliar y confrontar la información teórica obtenida; se realizaran entrevistas a diferentes personas:

##### **ENTREVISTAS:**

- ✓ Entrevistas a productores, managers, periodistas especializados;
- ✓ Entrevistas a productores; entrevistas a compositores, productores o directores de agrupaciones relacionadas con la música tradicional nariñense
- ✓ Entrevistas a fans y público asistente a conciertos.

##### **REGISTROS:**

- ✓ A partir de los registros obtenidos se catalogaran morfológicamente en tres ejes: CREACION, CIRCULACION Y CONSUMO.

#### **4.4. TECNICA DE ANALISIS**

La información obtenida será analizada desde las perspectivas previstas en los objetivos a partir del análisis descriptivo y correlacional. Esto es:

- ✓ Análisis descriptivo (tomando como categoría para este análisis el territorio urbano) de las prácticas musicales urbanas cuyo objeto es su registro audiovisual.
- ✓ Análisis morfológico y de género musical
- ✓ Análisis correlacional. Tomando como categorías:
  - ✓ Secuencia histórica de la agrupación BAMBARABANDA
    - Elementos conceptuales
    - Producción musical.
    - Difusión.
    - Canales de difusión.
    - Canales de promoción.
    - Aceptación.
    - Seguimiento.
    - Participación.

## 5. CRONOGRAMA

	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB E	OCTUBRE	NOVIEMBR E
<b>ACTIVIDAD</b>						
Presentación proyecto						
Recolección de infomación						
Investigación bibliográfica						
Ensayos grabación						
Producción 2do. Trabajo cdgrafico						
Post-producción						
Mezcla y masterización						
Entrevistas a productores, managers, periodistas especializados.						
Entrevistas a productores.						
Entrevistas a compositores, productores o directores de agrupaciones relacionadas con la música tradicional nariñense.						
Entrevistas a fans y público asistente a conciertos						
Análisis de entrevistas						
Redacción trabajo final.						
Edición Video documental.						
Presentación del primer informe						
Sustentación final						

## 6. PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Recolección de información</b>	Transporte y movilización	200.000	200.000
<b>Investigación bibliográfica</b>	Internet, Transporte y movilización	120.000	120.000
<b>Ensayos grabación</b>	Energía eléctrica, transporte y movilización de instrumentos	30.000 * 15 días	450.000
<b>Producción 2do. Trabajo cdgrafico Post-producción</b>	• Estudios AUDIOVISIO N	2.100.000	2.100.000
	• Honorarios Co productor	2.000.000	2.000.000
	• Transporte Co productor: Los Ángeles-Bogotá-Pasto-Bogotá-Los Ángeles	2.000.000	2.000.000
	• Transporte músicos: Pasto-Bogotá – Pasto	1.200.000	1.200.000
<b>Post-producción</b>	Estudios Wilson y sus estrellas	500.000	500.000
<b>Mezcla y masterización</b>	Estudios Belmusic (Los Angeles, CA)	3.000.000	3.000.000
<b>Entrevistas a productores, managers, periodistas especializados.</b>	Transportes, Internet, pc.	150.000	150.000

<b>Entrevistas a productores.</b>	Transportes, Internet, pc.	150.000	150.000
<b>Entrevistas a compositores, productores o directores de agrupaciones relacionadas con la música tradicional nariñense.</b>	Transportes, Internet, pc.	150.000	150.000
<b>Entrevistas a fans y público asistente a conciertos</b>	Transportes, Internet, pc.	50.000	50.000
<b>Edición Video documental.</b>	Alquiler cámaras, equipos de edición	1.000.000	1.000.000

**Total..... 13.390.000 (trece millones trecientos noventa mil pesos)**

## **7. INFORME FINAL**

El siguiente informe realiza un acercamiento a la comprensión de las músicas urbanas alternativas. Para llegar a este conocimiento se parte de una aproximación al concepto de las mismas analizando algunas variables como: identidad musical y estética; lenguajes de resistencia; trabajo de producción artística; configuración de proyectos integrales de trabajo; forma de participación con y del público e impacto sociológico. El trabajo muestra la importancia que estas músicas han adquirido en los últimos años, por cuanto, desde la autoproducción, la autogestión y la independencia, han logrado demostrar su relevancia en la escena musical del País, acercando a la academia, el mercado, los medios y a las administraciones gubernamentales al interés por las mismas. Para la investigación se ha tomado como referente la experiencia musical del proceso artístico de la agrupación BAMBARABANDA, agrupación que desde sus inicios, hace 10 años, ha venido desarrollando una propuesta artística que se acerca al concepto de estas músicas. Igualmente se toma como referente, el trabajo de diferentes agrupaciones, intérpretes, productores y gente relacionada con el medio donde se desenvuelven estas músicas. Ellos narran, conceptualizan, analizan, proponen y sustentan muchos apartes de sus experiencias, destacando la importancia de reconocer frente a la sociedad y la academia su importancia cultural, artística, antropológica y sociológica.

La investigación que se apoya fundamentalmente en el registro de 40 entrevistas, cuenta con cinco capítulos. En el capítulo 1 se llega al concepto de las músicas urbanas alternativas a partir del análisis de algunos aspectos que las caracterizan como identidad y lenguajes de resistencia. El capítulo 2 analiza el proceso de producción musical y ejecutiva. En el capítulo 3 se concluye la importancia de constituir proyectos integrales de trabajo artístico alrededor de distintas disciplinas del arte, haciendo énfasis en la consolidación de la estética, el diseño y la puesta en escena. El capítulo 4 permite conocer las dinámicas de consumo cultural que se mueven a través de estas músicas, y las estrategias utilizadas por ellas para poder posicionarse en el mercado urbano alternativo. Finalmente, en el capítulo 5: Impacto sociológico, se establecen los principales aportes a la cultura y las influencias en el imaginario colectivo. Al final, se realizan las conclusiones de la investigación y algunas recomendaciones.

### **7.1. MUSICAS URBANAS ALTERNATIVAS E IDENTIDAD**

La siguiente afirmación sirve como introducción al tema música e identidad, una de las relaciones más importantes que caracteriza las músicas urbanas alternativas: “Todo ser humano, como todo pueblo ha buscado siempre construirse una visión, una representación de sí mismo y de los otros, que le permita

autoafirmarse mediante el control que autónomamente pueda ejercer sobre los recursos culturales que con su praxis ha sido capaz de generar. No existe individuo ni grupo social que carezca de identidad, puesto que sin ella simplemente no es posible la existencia de la vida social". (Guerrero Patricio. 2002). A continuación se presenta un acercamiento más próximo a esta relación.

Existen dos enfoques para hablar de identidad musical: Uno establece la idea de "identidad "como concepto estacionado, donde las estructuras musicales deben conservar criterios estrictos en cuanto a ritmo, velocidad, giros melódicos, progresiones armónicas y demás. Otro , se aleja un poco del purismo musical, para acercarse a un concepto más dinámico y globalizado, donde es posible apartarse de alguna manera de estas estructuras y explorar en otros lenguajes musicales, aun sin perder rumbo. El primer enfoque, trata la identidad como un atributo natural inamovible e inmutable con el que nacen y se desarrollan las identidades, surge en el pasado y se transmite de generación en generación. "Son las "raíces de lo que somos", sin comprender que la única forma de ser fiel a la identidad es transformándola". (Guerrero, Patricio. 2002). Este enfoque como mirada inmovilista de la identidad no ayuda a explicar el proceso de transformación de la música, causada por fenómenos como la globalización, migración, el desplazamiento y los medios de comunicación, que permiten el acercamiento a otras culturas musicales donde también existe identificación y diferencia. Igual sucede con el lenguaje, el pasado histórico y la vestimenta, los cuales se convierten en rasgos definidos, sin los cuales un grupo no puede construirse una identidad propia, cayendo en el riesgo del exotismo y el folclorismo. En este sentido, hablar de músicas con identidad, no tiene que ver con el desgastado discurso que expresa que la identidad debe ser "rescatada" por las músicas tradicionales y que el folclore debe permanecer "puro" e intocable. No hay nada que rescatar, la identidad musical, identifica a un colectivo que desarrolla lenguajes que permanecen en el tiempo y que son reconocidos como tal. Por tanto, tanto la música tradicional como la música urbana pueden contener elementos de identidad de determinado pueblo o lugar sin importar si permanecen "puros" o no.

La música alternativa urbana suele caracterizarse por experimentar con elementos que hacen parte de la identidad musical de las culturas, la tradición, el folclore, pues quiere identificarse ante sí misma y ante el mundo. (Ver Fig. 1)



Fig. 1A. Bambarabanda y los alegres de Genoy. En proceso de acercamiento a la identidad musical.  
(Fuente: Archivo fotográfico: Bambarabanda).

Estas músicas, investigan y experimenta con nuevas tendencias y lenguajes, ya sea con elementos tradicionales o estilos inmediatos que la globalización en el mundo ha acercado a través de los medios, dando como resultado ese componente único y original que las caracteriza y las convierte en una “alternativa” real, sin esquemas comerciales y parámetros definidos en cuanto a su difusión, obedeciendo a la fuerza de su impulso único y no a las tendencias de la discografía, de la moda musical y el sonido que los medios le dictan. “Lo mejor que existe ahorita en música colombiana son esos ejercicios de fusión, que no tienen nada que ver con el movimiento del rock, sino todo lo contrario, con las mezclas de folclor. Con esto me refiero a ustedes los bámbaros, A Velandia, a Systema Solar, Bomba Estéreo, Tumbacatre, la mojarra eléctrica, Parlantes, Gordo's Project, La República, la Contundencia (y todas las nuevas bandas de marimba con sonido del pacífico) y en general a toda la gente que está rescatando os sonidos tradicionales colombianos, y no "limpiándolos" o haciéndolos "menos ñeros", como pasa con el tropipop, que es otro tema. Hay incluso bandas que buscan incluir sonidos de los Balcanes o de Europa Central como parte de una nueva ola de música. Grupos como La Mercosur y Monsieur Periné.” (Rivas, Santiago. 2010. Ver entrevista. Anexo). La larga batalla entre lo que es identidad y lo que no es; entre aquello que “rescata” e “identifica” y aquello que no, se libra entonces en el plano de las nuevas tendencias antropológicas que apuntan a una definición de identidad más dinámica, consecuente con la proximidad tecnológica y virtual de las culturas, sin que de ninguna manera se niegue la importancia de su trascendencia en el tiempo y el espacio. “La identidad no es única, monotópica, unívoca, monosémica, ni unidimensional, por el contrario es diversa, pluritópica, multívoca, polisémica, su construcción, como la de todo hecho social, está sujeta a razones multicausales y multifactoriales”. (Guerrero, Patricio .2002). “El concepto de música con identidad trasciende lo simplemente técnico y debe entenderse en el lenguaje de los sentimientos, del mismo corazón del músico que oye, y busca constantemente un sonido que lo identifique. Identidad musical para mí, es encontrar el sonido que viene del propio corazón, creo que más allá de las influencias externas de las músicas que uno ha escuchado que son validas y que son necesarias para desarrollar una propuesta, uno tiene que escuchar el sonido de su propio corazón para que le indique que como debe sonar su música como debe ser su propio lenguaje su propia identidad precisamente las palabras que

debe decir hacia donde las debe dirigir y como las debe dirigir”. (Héctor Buitrago.2011. Ver entrevista. Anexo).

**7.1.1. Lo Urbano y lo Alternativo.** Plantear una concepción alrededor de las músicas urbanas alternativas es algo difícil, puesto que al igual que el concepto “identidad”, sufre o está involucrada en un constante cambio y transformación. La Música urbano alternativa es un concepto relativamente nuevo y amplio. Al estar sometido a un constante proceso de re conceptualización, es variable y móvil. El concepto en sí mismo es bastante impreciso, pues es muy difícil en realidad hablar de la música a partir de una distinción hecha en el entorno, o sistema de hábitat en que se crea. Cuando por ejemplo se habla de música “urbana”, se debe tener claridad con la definición de música “no urbana” o en este caso “rural”, “nativa” o “tradicional”. En momentos como este por ejemplo donde la cumbia, ritmo Colombiano por excelencia, se interpreta desde Norteamérica hasta Suramérica, y donde muchas agrupaciones e incluso Djs le apuntan a mezclar cumbia, desde Argentina hasta México, no se puede desconocer que en realidad es una música rural o tradicional nacida de los esclavos y los bogas en el Río Magdalena. ¿Cuándo deja de ser música rural o nativa o tradicional, para convertirse en música urbana? En el mismo momento en que sufre el acercamiento o contacto con la ciudad, con lo urbano, cuando cambia de contexto. Esto implica a la vez expresarse en diferentes lenguajes musicales melódicos, armónicos, rítmicos, literarios, poéticos, estéticos y simbólicos, contando además experiencias vivenciales de ciudad. La cumbia por ejemplo, sufre una transformación drástica en el momento en que Carlos Vives con la provincia, deciden explorar urbanamente ese folclore; experimentando con sus propios conocimientos musicales urbanos, de ciudad, de una forma bastante fluida y sin pretensión comercial. “Yo pienso que lo importante con “La Provincia” es que la música se hizo sin prejuicios diría yo sin prejuicio comercial y salió muy fluido todo....., no hubo nada a la fuerza, a medida de que todos los músicos nos fuimos comunicando y uniendo pues todo fue saliendo fluido y ahí el resultado que también tiene que ver mucho pues con los pioneros en esta banda como TETO CAMPO, GILBERT MARTINEZ, EINER , que ellos fueron aportando pues de sus conocimientos y todos fuimos poco a poco aportando nuestro granito de arena y de ahí se fue dando el sonido y también pues que CARLOS estuvo dispuesto como a hacer algo distinto algo que no fuera convencional y entonces todo , pero lo más importante pienso yo que fue que todo salió fluido, esa creo que es la palabra clave FLUIDES”. (Pastor, Luis. “El papa”. 2011. Ver entrevista. Anexo) (Ver Fig. 2).



Fig. 2. Carlos Vives y "la provincia". Música urbana alternativa de la Costa Atlántica. (Fuente: Internet. D.R.A.)

Eso mismo ha venido ocurriendo con diversos géneros y estilos musicales en Colombia y en el mundo. Muchos comenzaron a experimentar con la música tradicional imprimiéndole elementos musicales de la urbe para consolidar nuevas tendencias y sonidos que en la actualidad repercuten con mucha fuerza nacional e internacionalmente.

En ese sentido música urbana será aquella cuyo contexto sea la ciudad, siendo "alternativa" en la medida que su originalidad y autenticidad tenga en cuenta los elementos y estructuras que la identifiquen y la hagan diferente a otras, valiéndose de elementos tanto tradicionales, como no tradicionales, puesto que en estos tiempos de globalización, el contacto urbano se da más allá de fronteras territoriales, dando paso a elementos de acercamiento virtual. Estas músicas resaltan el espíritu popular y los aires enraizados que nacieron en el campo, en lo ancestral, incluso antes de que se pensara si acaso en ciudades, a la vez que se contactan con el mundo de forma inmediata a través de los medios. Es música cuya fluidez se da en el ámbito de lo no comercial, aunque lo utiliza para su sostenimiento económico; que maneja lenguajes de resistencia, que se opone a los parámetros de lo diseñado, que busca un sonido auténtico, que es original en su esencia.

Las músicas alternativas en Colombia se encuentran en un estado de explosión y de auge. Tal es así que la banda más importante del País en la actualidad es Choquib Town, quienes se atrevieron a hacer música tradicional Chocoana y del pacífico Colombiano, en su afán de expresar el sentir auténtico de su región. (Ver Fig. 3). "Creo que esta en un buen momento, (las músicas urbanas alternativas) que hay proyectos sólidos y serios que se han venido materializando en el país, y que hay proyectos que responden a un trabajo consiente, a un trabajo serio, comprometido, estudioso y que no tiene que ser necesariamente los grupos que suenen en los medios a nivel nacional o los que estén los mas reseñados realmente es una característica de esas músicas que no tienen la gran atención de los medios de comunicación pero que están pasando una cantidad de cosas

impresionantes pues en Ibagué, acá en Pasto en Medellín en Bogotá en Cali, en Barranquilla en Cartagena”.(Arango, Santiago. 2011. Ver entrevista. Anexo). Este ha sido el resultado de todo un proceso de consolidación de estas músicas que como se vio anteriormente empezó a surgir en el contexto de la música que Carlos Vives y La Provincia empezaron hace más de 15 años. Posteriormente ese experimentar empezó a vislumbrarse en otras músicas regionales. Bambarabanda en Pasto; Puerto Candelaria en Medellín, Velandia y la Tigra en Santander, La Mojarra eléctrica y Choquib Town en el Pacífico; y muchas otras llevan procesos que coinciden en su origen a inicios de la primera década del siglo. “Yo siento que las músicas en Colombia hablando ya de la ciudad de las músicas urbanas están en un momento bien interesante bien importante hay muchísimas propuestas y los grupos están echando mano de las músicas folclóricas de las músicas tradicionales hay un proceso de recuperación de muchos de los maestros que por mucho tiempo permanecieron olvidados por falta de difusión porque no tenían acceso a estudios y a poder tener su música grabada, pero entonces afortunadamente por el trabajo de muchos músicos, jóvenes investigadores, fueron rescatando, todo ese sonido, todo ese legado, he también se cambió el oído un poquito en los jóvenes, e más allá de escuchar el sonido del rock americano, inglés, también se están escuchando las influencias de la música tradicional, las folclóricas, de las músicas de la raíz, entonces eso a permitido construir un sonido ahí, amalgamado bien interesante, donde hay influencias de hip hop del rock y la electrónica, sazonado ahí con las músicas folclóricas, andinas del a costa del Pacífico, del altiplano, bueno es una infinidad de géneros y de sonidos. (Héctor Buitrago. 2011. Ver entrevista. Anexo).

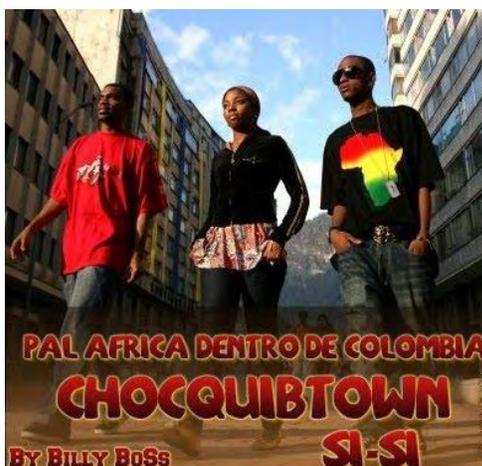


Fig. 3. “Choquib Town”. Banda urbana alternativa colombiana. (Fuente: Internet. D.R.A.)

**7.1.2. Bambarabanda y la búsqueda de la identidad musical.** A inicios del año 2000, Bambarabanda aparece como un grupo de jóvenes que curioseaban con la

música, el teatro, la plástica y el video, en un sentido lúdico y didáctico, más que con el profesionalismo, y la disciplina de un colectivo artístico. Era un grupo de jóvenes bastante irreverente que gracias a su ociosidad, exploraban en expresiones artísticas de toda índole. “Eran músicos empíricos que por primera vez, crearon, cantaron y tocaron tambores, guitarras y algunos instrumentos artesanales, hechos en guadua, semillas y materiales reciclados entre otros”. (Cano, Ponce.2008). Lo que se observaba y escuchaba en ese entonces, era ante todo un sentir urbano callejero lleno de ideas artísticas alrededor de la música cargadas de atrevimiento y gozo pero sin ninguna formación académica y/o técnica. (Ver fig. 4). “Bueno lo primero que yo miraba pues del grupo era pues que era un colectivo que se desenvolvía en muchas disciplinas del arte, no solo la música, ni el teatro... me llamaba mucho la atención, los maquillajes que usaban, los vestuarios, la actitud, en la escena, me transmitía pues cosas muy bacanas, me daba cuenta que era gente pues que, estaba inconforme con muchas cosas y que no le daba miedo de decirlo, entonces pues, digamos que previo a eso o antes de eso no había conocido antes como otro grupo o otra gente que hiciera lo mismo, o sea conocía grupos de teatro, grupos de música, pero no un grupo como tan integral en todo lo que se hacía”. (Escobar Alejandra. 2011. Ver entrevista. Anexo).



*Fig. 4. Bambarabanda en sus inicios. 2002. (Fuente: Archivo fotográfico: Bambarabanda.)*

El juego sonoro de BAMBARABANDA en sus inicios recurría simplemente a utilizar letras rap y muchas percusiones que se acompañaban con una sola línea melódica que se prolongaba en forma minimalista y sobre la cual se improvisaba y se rapeaba. El fuerte más que musical, lo representaba la escena, que dejaba relucir dichos y frases pastusas cargadas de ironía y exageración, cosa que algunos disfrutaban, mientras a otros les disgustaba considerablemente “... el primer concierto que yo vi, si fue como por ahí en el 2002, fue un concierto que yo vi en el Parque Nariño y ese concierto fue bien extraño porque o sea a muchas personas les disgustó, había como muchas personas que estaban inconformes con la música que estaba haciendo la BBB en ese momento y bueno, era como bien respetable y de repente a la gente lo que no le gustaba era que, hacían

mucho énfasis en la vaina teatral y la exageraban ¿no? Las cantantes exageraban bastante, sus gestos, se maquillaban y pues también el mismo concepto del ser “pastuso” que a veces tiene como cierto recelo a su idiosincrasia, entonces yo creo que por eso inicialmente como que no había una muy buena respuesta del público, pero esa vez fue cuando yo conocí pues a la BBB y fue como el primer concierto que yo vi en vivo, cuando yo todavía pues no era parte, solamente era como amigo de algunas de las personas que estaban en ese entonces en la agrupación como músicos.” (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo)

Alterno a este proceso, la música incidental para proyectos audiovisuales y para teatro cobra fuerza. “La Bambarabanda explora no solamente en un repertorio de canciones inéditas de mucha fuerza, sino que también se aventura en sonidos incidentales, creando y haciendo parte de la escena en obras de teatro y proyectos audiovisuales”. (Cano, Ponce. 2008) Con el tiempo la música que se hacía va adquiriendo un orden y una dirección musical – estética. La propuesta llama la atención de músicos que ya tenían un proceso de formación, y las canciones comienzan a ser “organizadas”. La incorporación de algunos instrumentos como el bajo, le da sentido armónico a la música, los instrumentos de viento como el trombón, la flauta travesa y el saxofón, junto a la batería, recrean pasajes armónicos y rítmicos más cercanos al funk e incluso el acid jazz, sin dejar de lado las letras rap y los coros femeninos que empezaban a emular a las campesinas e indígenas de la región. .

Es trascendental que en este proceso de construcción del sonido de aquellas primeras etapas de Bambarabanda, se rescate la importancia lenguaje melódico y de la narrativa, pues en ella siempre están presentes características culturales del pastuso: la jerga, el humor, la ironía, la ingenuidad, aprovechadas a favor, transformadas y potencializadas, como es el caso de la canción pide:

¡Somos verracos nariñenses  
y adelante ! vamos, con mi rap pasto,  
del sur, de mi Nariño, te llegamos,  
esto es lo que pensamos  
te lo cantamos y no paramos vamos,  
Vamos!

Este aspecto se convirtió en parte importante de la identidad de la música de la agrupación, por cuanto alrededor de esta lírica tan particular, se han contado historias únicas en la región, que han sido conocidas a lo largo de los diez años

de trabajo. La canción “Fuerza superdepor”, por ejemplo, aprovechó el triunfo del equipo local de futbol en el campeonato nacional para contarle a la nación un poco más de la historia y la identidad del pastuso:

### **FUERZA SUPERDEPOR**

Hoy es domingo de fiesta en el estadio... ¡LIBERTAD!

Llega el ATTAKE MASIVO

Y con los muchachos vamos a celebrar

Vamos, vamos Súper Depor

Vamos Súper Depor vamos a ganar

Que esta hinchada está loca

Y cada día te quiere más

Nací en Pasto, soy Pastuso,

Aquí yo me quedaré

Sin hablarles mal de nadie,

Las verdades cantaré

La rojiazulamarilla, es mi orgullo ¡QUILLACINGA!

La estrellita les dedico,

A aquellos que no creyeron,

Que la garra está en mi pueblo

Raza humilde poderosa

Corazones del Galeras

Que explotan en LIBERTAD

Orasite orasi se les armó  
La berraca porque el pasto es campeón  
Orasite la libertadores  
¡Atenderemos a todos esos mansitos!

Pasto lindo en las buenas y malas,  
Pa` que lo sepan  
Así es mi pacha... (Bis)

Para todos aquellos que han estado y no han estado  
Para todos aquellos que han sabido ganar y perder  
En esta tierra que vibra y canta  
Hinchada de identidad y de fuerza  
Bambarabanda celebra este canto  
Para que junto al Galeras Urcunina  
Siempre estemos a punto de estallar  
¡Que viva Pasto carajo!

Hoy es domingo de fiesta en el estadio... ¡LIBERTAD!  
Llega el ATTAKE MASIVO  
Y con los muchachos vamos a celebrar...  
Vamos, vamos Súper Depor  
Vamos Súper Depor vamos a ganar  
Que esta hinchada está loca  
Y cada día te quiere mas .

A la par con las letras, Bambarabanda va apropiándose de un lenguaje musical propio. En la medida que la música alternativa del mundo influye en su proceso creativo, muchas otras músicas van llenando de información y de aprendizaje la construcción del sonido, aunque su piso musical ha sido la música andina de la zona ecuatorial. "... así como es un proyecto muy abierto a la diversidad, creo que también está muy abierto a todas las expresiones de música que se quiera hacer, no es algo muy cerrado a un solo concepto, sino que de hecho creo que si siento que intentamos como mantener la capacidad de crear y expandir nuestras mente ¿no? A asimilar muchas cosas, de varios tipos de música, claro sobre todo teniendo como fuerte y como piso digamos, la música nariñense y la música de Latinoamérica, pero a pesar de todo queremos tocar también muchas cosas de varias partes y hacer también cosas nuevas". Muñoz Pablo. 2011. Ver entrevista. Anexo) En este aprendizaje es importante tener en cuenta la escuela que han significado agrupaciones nariñenses como la Ronda Lirica, el trió fronterizo y especialmente "Los alegres de Genoy", pues con ellos se decidió iniciar un contacto estrecho a partir de la oportunidad de conocer la música campesina de la región en forma directa. (Ver Fig. 5)



*Fig. 5. Yeimy Argotti. Director Bambarabanda. (Izq.). Teodulfo Yaqueno. Director "Los alegres de Genoy" (der). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

"Sí, nos conocimos pues en ese sancocho que hicimos e interpretamos música, el uno y el otro, oiga, eso es inolvidable, eso lo tenemos bien grabado y fue un paso a nuestra profesión digámoslo así porque de ahí nos animaron más para seguir adelante con nuestra música, porque perdimos hasta el miedo, porque eso nos ayudó un ciento por ciento a salir adelante, con nuestra música "carranguera", ese sancocho hasta ahora lo tengo presente, hasta lo siento el sabor de ese sancocho que nos comimos, en esa humilde casa, de teja de bareque, bueno eso en el polvero ahí, pero fue hermoso, eso no se olvida, esos ratos tan agradables". (Yaqueno, Teodulfo. 2011. Ver entrevista. Anexo) De esta manera se da inicio a un proceso de investigación en las raíces musicales de la cultura nariñense, que

va abriéndose y dando campo a ideas renovadoras de distintos géneros. En el proceso de investigación sonora, Sanjuanitos, Huaynos, Kapishkas, Sonsureños, Tinkus, Pasillos y Bambucos se fusionan junto a ritmos universales como el rock, funk, punk, polka, tarantela entre otros, encontrando un estilo propio y particular al cual se decidió llamar \*Rock Fusión de los Andes\*. Sonido único, original, con un alto grado de investigación sonora y estética que ha representado una alternativa musical dentro de las músicas urbanas. “A mí me parece que incluso se debería decir que la Bambarabanda va mucho más allá de una condición musical, a mi me parece que conceptualmente es un grupo que ha logrado trascender el significado en sí de la música aquí en la región y digamos que para describir, pues siempre es algo complejo de describir porque o sea no se puede como encasillar dentro de un género musical, porque pues hay muchísima variedad, digamos en las composiciones, en la parte de la música, hay diferentes ritmos de músicas universales y también de músicas que están así como regionales y latinoamericanas, entonces en algún momento pues, nosotros habíamos pensado en definir a la BBB como “El Rock Fusión de los Andes”, que era como una pequeña frase que intentaba definir un poquito a modo de slogan pues, el significado de una “live performance” de BBB pues en un concierto, entonces a mi me parece que es una frase que si logra pues, definir un poco y que de cierta manera esa definición ya es reconocida ahora a nivel nacional”. (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo). Esta amalgama de melodías, de armonías, sonoridades rítmicas y tímbricas ha logrado construir un sincretismo musical con identidad, difícil de describir. “Creo que es una alternativa que permite retomar nuestras raíces, mirar que es algo también moderno y mirar que es algo que nos conecta con lo que somos, con lo que verdaderamente nuestra región nos ofrece en el tema musical entonces creo que es una alternativa que conecta generación y que conecta ritmos entonces creo que por eso es la alternativa de BBB es tan original y tan importante” (De los Ríos, Diana. 2011. Ver entrevista. Anexo). Edson Velandia, describe así la música de Bambarabanda: “Bueno yo siento que la Bambarabanda tiene una cosa mística hermosa, que está agarrada del piso, que está, que lo hace a uno erizar de sentir esas, esos ritmos y esas melodías sureñas, pero además, tan bien tocadas, tan nuevas, tan renovadas, no que no es folklor, sino que es una orquesta, uno no sabe si es una orquesta, un grupo de rock o qué es? Y eso está bien, es bien bello” (Ver entrevista. Anexo).

### **7.1.3. Lenguajes de resistencia:**

**7.1.3.1. Cultura vs. Estado.** La música Alternativa ha surgido y lo sigue haciendo, en escenarios cuyas historias de represión, sometimiento y olvido estatal son características. Su respuesta obedece a que la cultura, como ninguna otra característica de las civilizaciones, tiene vida propia, es autónoma, se revela, es sincera, surge de la necesidad real de contar. Hablar de Estado y de Cultura de manera simultánea puede ser una contradicción, en la medida en que el Estado

por su propia naturaleza busca unificar y controlar, mientras la cultura es diversa y busca escapar al control. Mientras que el Estado adelanta procesos a través de los cuales se quiere que todos los ciudadanos obedezcan a unos mismos principios y valores que permitan la mayor unificación posible de la sociedad, la cultura se rebela contra esas formas de control por medio de lo que le es más específico, la creación, la transformación, lo lúdico. Las expresiones culturales son el único escape que tiene la población de aquello que es molesto en el mundo, de la desigualdad o la corrupción. Mientras más un gobierno o sistema busca influenciar la cultura, más y mayores son los movimientos de contracultura o de resistencia que aparecen, con la independencia como principal virtud y un espíritu que combate dentro de la misma cultura. La música más valiosa del siglo pasado y de este siglo que corre ha nacido dentro de grupos marginales, marginados o simplemente pobres. “La escena de la música Barcelonesa actual nació en la gran diáspora gitana que envió a los Rom de Andalucía a Cataluña, y el sonido de Barcelona es reconocido en todo el mundo, por ser la ciudad un lugar en el que confluyen propuestas de todas partes del mundo. En el resto de España la mejor música nace en los sectores que en su momento fueron mutilados por el franquismo, como el País Vasco (Negu Gorriak, Cortatu, etc.) Cataluña, La parte gitana de Andalucía y el separatismo gallego. El vallenato nació en las manos de los sirvientes indígenas y negros, la cumbia nació entre los esclavos y los bogas del Magdalena y ahora es el símbolo más claro en la música de resistencia en toda Latinoamérica. En este momento hay una ola completa de grupos y Djs de los Balcanes que han puesto de moda el folclor y los sonidos de esa parte del mundo, completamente cercada por la pobreza económica, la violencia y la desigualdad social (violencia como la guerra de los Balcanes que separó a la antigua Yugoslavia en los noventa), pero que tiene en su cultura el mestizaje entre judíos, cristianos, musulmanes y gitanos, que es una mina inagotable de posibilidades y de riqueza sonora. En países como Mali son los músicos los principales símbolos de la resistencia civil, y en los países del primer mundo la música de contra cultura y resistencia ha dado lo mejor en la historia no solo de la música, también en la historia de la resistencia propiamente entendida, desde los grupos de jazz, Bob Dylan y Rage Against The Machine hasta el Hip hop y el jazz Manouche en Francia, o los grupos del Asian Underground inglés, de los cuales los más conocidos son Asian Dub Foundation”. (Rivas, Santiago. 2010. Ver entrevistas. Anexo) Las circunstancias comunes siempre serán configuradores de propuestas culturales, pero nunca de la manera en que las corporaciones o los gobiernos esperan. Mientras más adversas son las circunstancias culturales que nacen de la oficialidad, como pasa con la polarización en Colombia, más son las propuestas creativas y auténticas que nacen de la gente. La creatividad siempre responde a la inconformidad con lo que ya existe.

Las músicas urbanas alternativas manejan intrínsecamente un lenguaje de resistencia. La música colombiana es el ejemplo perfecto de lo que está pasando a nivel cultural en los países del tercer mundo, o incluso algunos como España o Chile, en donde existe una gran cantidad de población sometida al desamparo

cultural, y a una escisión entre la realidad que aparece en los medios y lo que de verdad pasa al interior de las comunidades. Las “músicas de resistencia” funcionan como un elemento de unión popular y de identificación en un nivel que se creía olvidado, porque se rehúsan a dejar perder las fuentes esenciales de la música, que muchas veces se ven ahogadas con relación a los sonidos netamente comerciales, patrocinados por los medios y las grandes empresas y emporios de la música, cobrando vida aquellas expresiones señaladas, olvidadas, inenabarrables, aquellas que son aisladas, bloqueadas e incluso discriminadas. La historiadora Diana Uribe, comenta al respecto: “Bueno las músicas alternativas empiezan un poco también, primero viene como la corriente principal del rock, que eran los ingleses y los gringos, frente a esas corrientes principales habían músicas alternativas, pero hay un momento en que esas corrientes se agotan, como propuestas y el rock empieza a viajar y a expresar un montón de cosas, en un montón de latitudes y empieza toda la era del rock en español y empiezan las influencias de cafetacuba y los grupos que integran como Manu chau y esas propuestas digamos se van haciendo cada vez más cercanas, esas músicas alternativas narran, enriquecen, amplían los horizontes, dan voces de pueblos que de otras maneras no se pudieran escuchar, cuentan historias que en ninguna parte se leen, son absolutamente importantes, para el conocimiento, la pluralidad, para el desarrollo de la tolerancia y de las culturas, cumplen un papel absolutamente importante en el mismo desarrollo de la música porque ahí es donde se construyen las vanguardias” ( Ver entrevista. Anexo). En Colombia, muchos artistas como “Aterciopelados” en su proceso de maduración, pudieron darse cuenta que la música y el mensaje lirico son herramientas poderosas de expresar para apoyar causas sociales, ecológicas y políticas en pos de cambios que son necesarios en la actualidad. “nos dimos cuenta que las canciones y las letras entran a ser parte de esos procesos de servicio a la comunidad de servicio a la madre tierra, pues cobra todo más sentido, entonces se completa el círculo de la música como algo que se pone al servicio, al servicio espiritual, al servicio también de las comunidades, entonces creo que estamos en ese momento en el que se suma lo espiritual y lo material y todo encaja”. (Buitrago, Héctor. Ver entrevista. Anexo) Es importante también tener en cuenta que el humor, la sátira y la ironía resiste a un concepto de nación tan diverso, tan surreal y tan absurdo. Los integrantes de la agrupación “Puerto Candelaria” de Medellín, hablan así de su lenguaje: “Ayer me preguntaban eso mismo de las canciones, que en qué nos inspirábamos, que más que en Colombia (risas), que más que en lo absurdo de este país, para inspirarnos” . (Puerto Candelaria, 2011. Ver entrevista. Anexo).

**7. 1.3.2. La bambarabanda y la música de resistencia.** Desde sus orígenes, la Bambarabanda trató siempre un lenguaje de resistencia que obedecía en primera instancia a la rebeldía propia de sus integrantes, que en un sentido artístico, manejaban un discurso contestatario donde mezclaban siempre el humor y la indignación, una mezcla bastante irónica que traía como resultado tanto el elogio como el disgusto de la gente que los escuchaba, sin pasar desapercibida. “Pasto en esa época estaba como entrando ya en una ola de narcotráfico que no había

tocado tan fuertemente antes a esta región y pues por esa época digamos que teníamos el reflejo de todo el país, del conflicto que se vivía en el resto del país pero no lo habíamos vivido como tan cercano y creo que en esa época empezó ese proceso y empezó como agudizarse la violencia en Pasto y también digamos en otro contexto desde lo personal pues, éramos un grupo de jóvenes que buscábamos alguna manera de expresarnos, de expresar nuestra visión del mundo y creo que las canciones de la Bambarabanda reflejan en sus letras y en su propuesta esas ganas, ese afán o esa necesidad de expresar, la visión de un país desde una región”. (Linares, Alix. Ver entrevista. Anexo) Resistencia a las injusticias sociales, resistencia al pasado de señalamientos, al olvido estatal, al anonimato social, que reventaba en canciones y actos únicos en espacios y momentos inciertos y efímeros. “Pues al principio lo que a mí lo que más me llamaba la atención era como la irreverencia ¿no? En la música, como tal... la irreverencia siempre la miraba como de frente o sea en los cantantes, en las letras y la música siempre me pareció como bien enérgica, siempre tenía mucho o sea, cada vez que yo miraba un toque, un concierto, como que la energía que ellos botaban pues, a la hora de tocar una canción se la contagiaba muy fácilmente a la gente y pues yo en algún momento fui público también de la BBB y eso era como lo que más me llamaba la atención....” (Escobar, María. Ver entrevista. Anexo) A pesar que en principio ninguno de sus integrantes tenía formación musical, lo importante en BAMBARABANDA era la energía y el sentir literario en que se desenvolvía la música. La música como fuente indiscutible de la expresión cultural mensaje musical, ha contado siempre historias urbanas de la región, sensaciones y sentimientos propios del arraigo a la tierra, de la historia de Pasto, tanto de la alegría como de tristeza. “Es importante que las agrupaciones digan cosas, que no se dediquen solamente a hacer música para vender ó para pegar en la radio, sino música también para comunicar, para decir otro tipo de mensajes, para decir lo que sienten las personas en la sociedad, decir de repente algunas inconformidades que el ser humano llega a tener cuando vive en un país como Colombia, entonces eso me parece que es bien valioso, porque en este país hay muy pocos grupos que se atreven a decir las cosas de frente”. (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**AGUALONGO Y LOS OBLIGADITOS:** Un ejemplo claro de resistencia respecto a la condición histórica de Pasto, se hace visible en la canción “Agualongo y los obligaditos”. En ritmo de sonsureño fusionado con rock, se atreve a contar esa historia de señalamiento al pueblo de Pasto en relación con Colombia. Expresa el sentimiento que produce el olvido estatal y que tiene sus raíces en las palabras de Bolívar: “La infame Pasto, vuelve a levantar su odiosa cabeza de sedición, pero esta cabeza quedara cortada para siempre, desaparecerá del catálogo de los pueblos”. (Montenegro, Armando, 2004). Lo que se buscaba era hacer una canción que contara la historia de los Pastusos respecto al proceso de independencia, pues todo el País ha conocido la versión contada por los vencedores y que se convirtió en la oficial de la Nación. Los “obligaditos” hacen

referencia al pueblo de Pasto, aquel que fue sometido a la fuerza, y “obligado” a pertenecer a una nación a la cual se rehusaba aceptar. Como se puede ver en la letra que a continuación se expone, el recurso de contar la historia desde otra perspectiva, hace que el País conozca historias alternas a su verdad estandarizada.

### **AGUALONGO Y LOS OBLIGADITOS**

Capusigra, Tamasagra, Agualongo guerreros de sangre  
Santander, Bolívar y Aldana héroes de la patria  
Lucharon, guerrearon los buenos ganaron y libertadores huyeron  
Y después por eso prejuicios ganamos de ingenuos tildaron  
Y vuelta bellacos quedamos  
Bellacos, bellacos quedamos...  
¡Bellaquísimos!

Acaso no saben que acá en las lejuras se vive, se vive aparente  
La tierra da todo, todo se lo roban...  
¡Qué importa!  
Que vienen del norte, también del oriente  
Después occidente, mucho antes del sur  
Pero aquí vivimos no somos un cacho, más bien un descache,  
¡Un chiste a la vida!...  
¡Quisindí, quisindí!

Un chiste a la vida momentos perplejos  
Si Pastos no somos, somos QUILLAS INGAS  
Y nunca se supo quien fue el que fundó  
Esta tierra de locos de bajo perfil

Así es Cachiri el loquito escapado del San Rafael.

El puente del chorizo, un long play con un tinto

Honguitos en Nariño y después un chaumito

Y cojo la 9, me voy a Anganoy

Si amanezco en La Cocha me como una trucha

Cojo una trocha y como melcocha

Achichay horasite que ya me empapé...

¡Achichay!

Sindí quisindí, Sindí quisindí, Sindí quisindí

¡Quisindí, quisindí!

Al pie del volcán el sabio Galeras

Nos grita de arriba de tontos ni un pelo

Yo claro le digo como se le ocurre soy bien avisado

Como choclo tierno y cojo mi cunche y me voy a bailar

Porque en esta alerta de son en Genoy

Ni Uribio el enclenque nos pone a temblar

Así que olvídate, me voy a chumar

¡A chumar hartísimo!

Sindí quisindí, Sindí quisindí, Sindí quisindí,

Sindí quisindí, Sindí quisindí, Sindí quisindí

La canción entre otras cosas, llamó la atención de la Nación, con motivo de la conmemoración del bicentenario de la república en el año 2010. En un año de celebraciones patrias en torno a la independencia de Colombia de España, los pastusos contaban a través de BAMBARABANDA y su canción, otra historia: una

forma de resistir el pasado que habían contado los vencedores, ahora en la voz de los vencidos. Esto dio motivos para que el 7 de agosto de 2010, BAMBARABANDA sea invitada a mostrar su trabajo en el museo nacional de Colombia, En la sala de exposiciones de la biblioteca nacional, se encontraba una imagen gigantesca de una de las ilustraciones del primer disco de BAMBARABANDA, donde se muestra un campesino ahorcando a Simón Bolívar. El campesino representa la figura mítica de Agualongo, prócer de las causas pastusas en la época de la independencia, que en una actitud irónica se atreve a ridiculizar a Simón Bolívar. (Ver fig. 6)



Fig. 6. Ilustración de “El baile de los obligaditos” en la biblioteca virtual del museo nacional. (Fuente: Internet)

**PA LOS SANTOS:** La canción Pa los santos es una canción de resistencia, porque abandona el sentir literario comercial, para expresar poéticamente el sentimiento de pertenencia musical hacia la región. Fue inspirada en la muerte de uno de los integrantes de la “Ronda lirica”, tal vez el grupo más representativo de música popular nariñense de la región. La canción, en sencillo ritmo de pasacalle, se adorna con nostalgia en una lirica que invita a recordar la tradición, pues es la fuente de la vida misma. Es una invitación a conocer y reconocer el pasado como historia para construir el presente. Es un homenaje a la música tradicional de la región, a al “Ronda Lirica” los “Alegres de Genoy” y al “Trió fronterizo”.

## PA' LOS SANTOS

Implorando tus canciones  
Terminaste abuelo en este mundo  
Reivindicando tu nombre estoy  
Saltando en estas tierras olvidadas

Gritando ausencias remotas  
Vibrando con mí cantar  
Sembrando un mundo nuevo tal vez mejor  
Tal vez con miedo, tal vez doliendo,  
Tal vez con ganas de decir lo que siento  
Tal vez con miedo, tal vez doliendo,  
Tal vez con ganas de decir lo que siento

Nos dejaste de donde dar  
Recibir de pronto no es lo importante  
Recordando mi niñez voy  
Tropezando con tus huellas gastadas

Que renuevan la sangre  
Nuestro pueblo adelante  
Con la música de la Ronda,  
De los Alegres, Trío Fronterizo  
La Bambarita y los hijos del volcán  
De los Alegres, Trío Fronterizo

## La Bambarita y los hijos del volcán

Tal vez con ganas de decir lo que siento

La canción “Pa los santos” es ranqueada en el primer lugar del programa “Sonidos Colombianos” de la Radio Nacional de Colombia en el año 2009, por 4 semanas seguidas, y logro traspasar fronteras al ser arreglada y grabada por la agrupación Croata “Gustafi” en el año 2010. “Sentí una cercanía especial con BAMBARABANDA Así que traté de ofrecer a nuestro público la canción Pa los Santos, quienes la aceptaron con entusiasmo, así que entonces decidí (como la gente le gusta cantar canciones que entienden textualmente) traducir al Croata, hacerle la adaptación, y publicarla en nuestro nuevo álbum. El proceso está en curso.” (Maruzin, Edy. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Una aproximación a la definición de las músicas urbanas alternativas, debe entonces tener en cuenta la identidad como vehículo para la construcción de sonidos y discursos propios; un lenguaje que resista el entorno, el concepto de sociedad, el sistema de valores y proponga alternativas de nuevos lenguajes. Esto desemboca en música original, nueva, con raíz, única, que no toma de nadie y toma de todos a la vez. Guanaco, vocalista y compositor de la banda Sudakaya, del Ecuador, define así la importancia del elemento raizal en la música urbana alternativa: “Para mí es importante porque te digo con mi música he tenido la oportunidad de salir a algunos países y ahí es donde yo he aprendido que si no tienes un sonido particular, un sonido que describa quién eres y de dónde eres, en realidad en el mundo la globalización no eres nadie, eres uno más, porque para reague ya están los jamaquinos, para el rock ya están los ingleses, pero cuando tu haces rock colombiano, rock ecuatoriano es cuando realmente la gente vuelve la mirada y dice: ¿qué es esa vaina? “. (Ver entrevista. Anexo). Para concluir, Santiago Arango, un experimentado productor y programador de festivales como “Altavoz” de Medellín, define así, las músicas urbanas alternativas : “Yo creo que la música urbana alternativa es la música que se sale del estándar que en un país como Colombia nos venden los medios de comunicación tradicionales, son las músicas que tienen un punto de vista particular para hablar de su entorno, de su ciudad, de su barrio, son unas músicas, que digamos, generacionalmente, son, músicas contemporáneas, no son unas músicas tan antiguas, son unas músicas que fuerte en este país podemos hablar de los últimos 25 años, digamos como con un desarrollo fuerte fincado acá, y son músicas que habitualmente encuentra mucha resistencia, porque son de esas músicas que meten el dedo en la yaga, le echan sal a la yaga, y entonces a la gente le duele que le hablen de esas cosas, entonces uno ahí puede hablar de punk, de hip-hp, de electrónica, de metal, de una cantidad de tendencias sonora, eso es para mí la música urbana alternativa” ( Ver entrevista. Anexo).

## **7.2. PRODUCCION Y REALIZACION DE LAS MUSICAS URBANAS ALTERNATIVAS.**

**7.2.1. Producción musical.** En los últimos tiempos, se ha podido vislumbrar la trascendencia de las nuevas tecnologías en la forma de crear, producir, circular, escuchar y consumir música. Las formas de participación del público ya no se reducen a la compra de música en disco tiendas o a asistir a conciertos. En la actualidad ya no es necesario tener acceso a grandes estudios de grabación, pues es muy fácil con un computador y un software de mediana calidad, realizar producciones musicales desde el hogar. Ya no es necesario ni siquiera prensar una producción musical para que esta sea conocida, pues a través de internet, es muy fácil colgar, distribuir y descargar música. Estos aspectos, rompieron con paradigmas y tabúes y de paso acabaron con muchos negocios de la música. La gran mayoría de las disqueras desaparecieron al igual que las tiendas musicales, y corren peligro también muchos estudios, que, a sabiendas de la competencia económica que ofrecen los estudios de grabación caseros, tuvieron que bajar sus precios para poder sostenerse. Pese al panorama, esta revolución tecnológica ha servido para que muchos proyectos de música urbana alternativa sobrevivan y se sustenten económicamente, como es el caso de la banda “Aterciopelados” quienes después de un arduo trabajo de más de 20 años, pasaron del rock a la música alternativa, pasando de trabajar con productores de renombre a autoproducirse, y después de grabar en estudios en todo el mundo, a hacer los propios productores de su música. “Cuando empezamos había un movimiento fuerte del rock en inglés, y de cantar covers, entonces pues también, hubo que romper con eso, también tuvimos que romper con el esquema de hacer rock puro, y meterle el bolero, meterle la salsa, meterle lo que estábamos sintiendo, eso también fue un proceso, y luego vino también la posibilidad de compartir también con grandes grupos, de tener la opción de tener grandes productores, eso fue nutriéndonos mucho, fue estimulándonos, fue madurando nuestro sonido, y también la democratización de la información, la tecnología, nos permitió hacer los discos a nosotros mismos, años después, porque cuando empezamos teníamos que esperar el sello discográfico, o viajar fuera de Colombia a grabar en estudios con productores de renombre, y pues esto fue cambiando con el tiempo, y a partir del 2000 nosotros nos encargamos de hacer la producción, de trabajar en nuestra casa, lo que también le abre las puertas a uno a nivel creativo también y hacer las cosas más fáciles, le permite pues experimentar mas”. (Buitrago Héctor. 2011. Ver entrevista. Anexo). (Ver Fig. 7). Gústete o no a los dueños de las empresas comerciales de la música, o a muchos músicos en general, la piratería, y la descarga de música en la web, ha servido a la música marginal para ganar algún espacio en el público y para que se consolide efectivamente la audiencia musical. Iván Benavides, uno de los productores más sobresalientes del País, expone así el panorama: “Durante los últimos años hemos podido vivir el impacto que las nuevas tecnologías han tenido en la manera de crear, producir, circular, escuchar y consumir música. La revolución digital ha permitido que muchos jóvenes tengan

acceso a tecnología que les permite grabar audio de manera económica. Este acceso a la tecnología ha sido fundamental en el surgimiento de las músicas urbanas en Colombia y el mundo. Es así que vemos como desde lo local nacen nuevas propuestas que se apropian de lenguajes transnacionales, recreándolos acorde a su contexto, sus historias y a las experiencias personales de los artistas. Creemos que la cultura tiene un papel fundamental en el desarrollo local, y que la música entre las artes es la expresión que más convoca, la más tocada, cantada, bailada, celebrada y compartida. Y creemos que la mejor manera de que los jóvenes músicos aporten al desarrollo cultural local y nacional, y a su desarrollo personal y creativo es mediante la educación y la apropiación de herramientas tecnológicas”. (Benavides Iván, 2010).



*Fig. 7. Aterciopelados. Banda Urbana alternativa Colombiana. (Fuente: Internet. D.R.A.)*

Bajo este panorama, se vive en la actualidad una etapa donde los mismos artistas son los encargados de su gestión, de darse a conocer y exponer sus proyectos. El libre mercado, la globalización y la cercanía virtual, permite que las agrupaciones sean quienes delimiten su quehacer. “Vivimos actualmente en un mundo en donde el músico debe ser el mismo gestor de su carrera. Los nuevos medios y los medios alternativos gozan ahora de igual -y en algunos casos de mayor- popularidad entre el público, es por eso que los modelos antiguos como Músico – Disquera – Distribuidora – Público resultan obsoletos e incluso tratar de seguirlos implica muchas veces el fracaso”. (Szarruk, Felipe, 2011).

Cuando una agrupación musical decide realizar una producción fonográfica, debe tener en cuenta, que este trabajo requiere de mucha disposición y dirección, pues es necesario, trazar un camino efectivo que lleve a conjugar armónicamente la relación presupuesto y calidad musical. Es importante que el momento de realizar la producción sea el adecuado, que las canciones hayan madurado, y que ante todo aporte a la vigencia del proyecto como tal. “la gente ha entendido que para ser viables los proyectos hay que trabajar, hay que ser juicioso hay que generar procesos para que esas ideas musicales particulares funcionen, no es que funcionen comercialmente mainstream y ya y sean lo más famosas, no, funcionen es que el proyecto se mantenga vigente, el solo hecho de que el proyecto se mantenga vigente durante 5, 10, 15 a 20 años eso es algo muy importante porque cada banda tiene unos objetivos y unas premisas distintas desde esa mirada yo

veo por la multiplicidad de proyectos, desde la comunicación, desde la música misma, de los festivales digamos con buena estado de salud, creo que hay una cosa que hay que mirar y es que como todo el mundo quieren tener una banda, digamos todo el mundo quiere tener una banda a veces hay mucha proliferación de grupos y a veces la calidad no es tan buena, o nacen bandas que su objetivo no es precisamente plantear un sentir, una visión del mundo, como una respuesta al mundo que, valga la redundancia, que la única manera de sacarla es con la música no, si no que hay un fan de figurar, un afán de ser reconocido”. (Arango, Santiago. 2011. Ver entrevista. Anexo). Esto implica tomar las mejores decisiones partiendo bien de la propia o de otras experiencias, pero siempre teniendo en cuenta las tendencias técnicas, de promoción y mercadeo en la actualidad. En este sentido existen al menos dos tipos de productores con los cuales es indispensable contar, uno es el productor ejecutivo, quien se encarga de resolver y llevar a cabo el proyecto desde la planeación de la gestión financiera, y la administración, y otro es el productor musical, quien se encarga de lo creativo. Cabe tener en cuenta que así una sola persona asuma los dos roles, ambos son diferentes en su naturaleza y en su concepto. “En la industria musical, un productor discográfico juega varios papeles, como controlar las sesiones de grabación, el instruir y el guiar a los intérpretes, reunir las ideas del proyecto, dirigir la creatividad y el supervisar la grabación, la mezcla, y el proceso de masterización. Estas han sido algunas de las principales funciones de los productores desde la creación de la grabación de sonido, pero en la segunda mitad del siglo XX los productores han tomado un mayor papel empresarial” (Wikipedia, 2009). En este sentido, el productor ejecutivo vela por la parte económica del proyecto, la diseña y busca el dinero a través de la autogestión, mientras el musical, trabaja en el concepto y diseño sonoro y estético del producto.

**7.2.1.1. De “El baile de los obligaditos” al “Bambarabanda music world”.** La primera producción fonográfica de BAMBARABANDA titulada “El baile de los obligaditos”, fue un ejercicio realizado en el año 2008 y conto con la participación de Yeimy Argotti Benavides como productor musical y Jose Alberto Santacruz junto a Alix Linares en la producción ejecutiva. (Ver Figs.8 - 9).

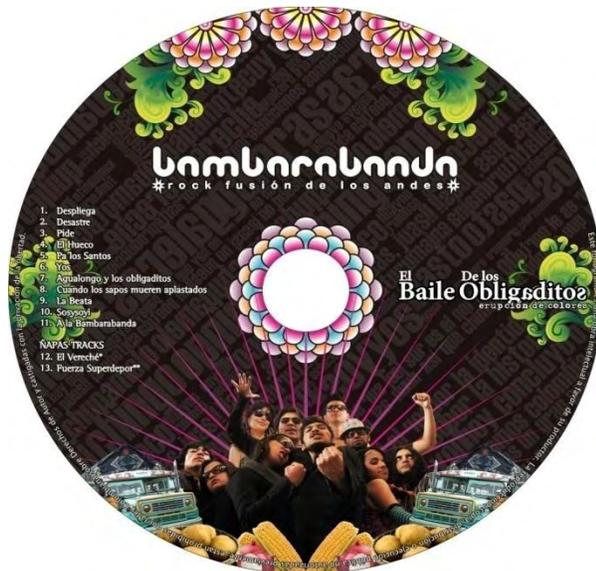


Fig. 8. Cd. "El baile de los Obligaditos". (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

La producción fue un proyecto que se materializó después de ocho años de trabajo, donde las canciones fueron adaptándose, redescubriéndose a diferentes formatos, hasta haber encontrado a través del tiempo el sonido que identificaba conceptualmente el proceso. "La necesidad de materializar y documentar sonoramente este trabajo para proyectarse y llegar a todos aquellos que se identifiquen con el sonido de sus pasajes, es un proyecto que siempre estuvo en proceso de concreción" (Cano, Ponce. 2008).



Fig. 9. Afiche promocional del lanzamiento del disco "El baile de los obligaditos" (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

Desde la grabadora de periodista, el estudio casero de audio, en el cual se realizó un demo de nueve canciones, en un proceso de aproximadamente un año. (Cano,

Ponce, 2008) Es importante tener en cuenta este antecedente por la experiencia que dejó el haber pretendido desde la autogestión y la independencia, acercarse a una producción profesional local. La grabación se realizó en etapa de preproducción en diferentes estudios caseros de la ciudad y finalmente se produjo en los estudios de grabación “Wilson y sus estrellas “de la ciudad de Pasto. (Ver Fig. 10) “Bueno Bambarabanda grabó su primer disco aquí en nuestros estudios, pienso que fue el primer grupo que hizo una grabación en bloque, si no estoy mal a excepción de otro grupo que no recuerdo, es el segundo grupo que ha grabado en bloque, cosa que es meritoria porque se necesita tener bastante ensayo, que los músicos sean muy buenos, bueno tener bastante afinidad y acople, pues cuando hicimos la grabación aquí en nuestros estudios me sentí muy contento, me gusto lo que se hizo y lo cual pienso que la gente lo ha escuchado el trabajo, se lo hizo bastante profesional y lógicamente que todos los chicos que conforman la agrupación pues tuvieron conciencia de hacerlo y la verdad es que salió un trabajo muy bueno”. (Benavides Wilson. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Las conclusiones se traducen en experiencia valiosa para el colectivo, en resultados de posicionamiento nacional de la agrupación y sobre todo en la unificación del espíritu de trabajo en equipo y en la solidez económica para endeudamiento.



*Fig. 10. Grabación “El baile de los obligaditos”. Estudios Wilson y sus estrellas WYSE (2008)  
(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

Pasados dos años de su lanzamiento, y después de haber llevado a la agrupación al reconocimiento nacional, se recibieron invitaciones y participaciones en festivales importantes en el país como: Rock al parque. Bogotá 2009, Festival Iberoamericano de teatro. Bogotá. 2010 y Festival Altavoz. Medellín 2010, entre otros. Igualmente algunas empresas productoras y distribidoras de música como MTM tuvieron en cuenta algunas canciones del disco como “La beata” y “a la Bambarabanda” en compilados de música alternativa urbana del país (Ver fig.11).



Fig. 11. Compilados de música Colombiana. “Rock Colombia” (izq.). “Neotropical II”. Nuevas Músicas Colombianas. (Der). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

Algunas emisoras del país como la radio nacional y radionica han venido programando y ranqueando canciones de la agrupación desde el 2009. Teodulfo Yaqueno, compositor de “Los alegres de Genoy” describe así la experiencia de haber tenido a la canción “Balcón sagrado” interpretada por Bambarabanda, en primer lugar durante cuatro semanas en el programa “Sonidos Colombianos” de la emisora Nacional en el 2011: “yo no lo creía francamente, porque no se justificaba, una letra campesina, esté en los primeros lugares, entonces eso me cogió de sorpresa y verdaderamente me siento orgulloso”. (Ver entrevista en anexo). En resumidas cuentas, el disco fue una puerta abierta al posicionamiento de Bambarabanda a nivel nacional. Para el año 2010, se vislumbra la necesidad de consolidar aun más el sonido y la estética de la agrupación, por cuanto se decide trabajar en una segunda producción fonográfica, donde las condiciones de producción musical y ejecutiva necesariamente debían mejorarse para aspirar a un sobresaliente tratamiento del sonido y efectividad organizativa. La seguridad al tomar esta decisión obedece a que ya existía un considerable número de canciones para ser arregladas y grabadas. “Bueno la creación de Bambarabanda nunca ha cesado digamos, siempre ha estado ahí constante y pues hay muchas canciones, hay un trabajo así bien arduo que se ha desarrollado, pues partiendo de que, a partir como del 2008 empezó a cocinarse la idea de realizar otro disco”. (Escobar, María Alejandra. 2011. Ver entrevista. Anexo). Para llevar a cabo esta idea, y en el afán de obtener un producto con mayor calidad, la banda afirma la necesidad de un aprendizaje más profundo en cuanto a la producción y decide contar con el apoyo de Alberto López, un Colombiano residente en Los Ángeles California, quien había trabajado para artistas como Bad Haggis, el panameño Rubén Blades, Quetzal Guerrero de México, Tita Lima de Brasil, Andree Belle, El Son de Mildred y María Mandinga, de Colombia entre otros. Alberto, demostró su interés particular por la agrupación, y se dispuso a trabajar aportando con su

experiencia. Esta decisión se toma debido a que si bien el aprendizaje en cuanto a producción fue efectivo, al buscar un sonido Internacional, se requería de aprender de un productor que se encuentre trabajando Internacionalmente, que sea idóneo en cuanto a la lectura de lo que pasa en el mundo con la música urbano alternativa y que ante todo sepa guiar un proyecto de esta envergadura técnica y logísticamente. “Sí, estoy muy contento de estar con Bambarabanda, porque me parece un grupo, pues como un ejemplo a lo que deben ser los grupos modernos, más que un grupo musical es una propuesta cultural, estoy muy contento pues de poder participar en la grabación de este segundo disco de ustedes, para hacer algo que podamos viajar, no solo por el país, sino por el exterior, mostrarle al mundo otra variante, otro estilo, otra fuente musical Colombiana”. (Alberto López. 2011. Ver entrevista. Anexo). Precisamente de su interés en trabajar con la Bambarabanda, surge de la lectura que él hace sobre las músicas urbanas alternativas y su relación con lo que está pasando en Pasto. “Es un grupo (Bambarabanda) que explora sus raíces musicales o las raíces musicales de su tierra, pero también no se cierra a ser influenciado por música del resto del mundo y es exactamente lo que estamos viviendo en todas las urbes del mundo, o sea no importa donde uno esté, sea en Pasto, o sea en Kualalumpur o Londres o los Ángeles, o sea hay cosas que son de cada ciudad, pero por el fase y el acceso a la información a través de Internet y los medios masivos de comunicación ya se puede recibir influencia y es que antes uno no se imaginaba, ¿cierto? Y en este caso BBB me ha parecido muy interesante porque si, son un grupo que son de Pasto, muy centrados en sus raíces musicales sureñas, pero que también se han abierto a influencias de EE - UU, de los países balcánicos, de África, de todas partes, no se han cerrado y es a través del internet, como dije, este fácil acceso a información que antes no se daba y se está creando algo nuevo sin perder lo autóctono y es lo que creo que está pasando en el mundo entero. (Alberto López. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**7.2.1.2 La preproducción musical.** La etapa de preproducción es tal vez la más importante en una grabación fonográfica. De la calidad en su exigencia depende el resultado final, puesto que se constituye en la base del andamiaje, y ayuda a definir con qué se cuenta, se analiza el recurso y la calidad de las composiciones, el nivel musical de los intérpretes, hasta el aspecto psicológico en estudio de grabación. “En la Pre – producción entonces se saca lo que sirve, lo que no, o lo que se podría mejorar, después cuando ya se define eso entonces se pasa al proceso de grabación”. (Adriana Benavides. 2011. Ver entrevista. Anexo). Es la etapa donde se selecciona, corrige y se pone a punto la grabación final. Esta cuenta con diferentes aspectos como:

**Composición y arreglos musicales.** . Toda obra o pieza musical tiene un desarrollo de la idea, con un inicio, ideas básicas, ideas repetitivas y un final, sin importar ni instrumentación ni el género. La música alternativa urbana, al igual que la música popular, está marcada por distintas ideas sonoras, que conducen a

un fin musical, y al igual que en cualquier otro género o estilo musical, se debe pensar en una acertada selección de la tonalidad, tempo y formato de la canción.

Por lo general, las agrupaciones de música alternativas se desenvuelven en un contexto que les permite crear colectivamente. Para crear una obra musical, de esta manera, se debe iniciar con una idea original, que se transforma en la medida que va siendo arreglada, en un proceso que suele empezar partiendo de un texto literario o de una melodía musical concreta o las dos al mismo tiempo. Para Bambarabanda el proceso es parecido. "... el proceso siempre es similar pero tal vez varía un poco dependiendo de las canciones. A veces alguien tiene de pronto una letra y no sé, de pronto con la persona que mejor se entienda musicalmente se la comenta y tal vez se empieza a crear la parte musical. O sino a veces creamos una letra en el mismo momento del ensayo, creo que los ensayos son muy importantes porque ahí se conjugan las ideas y se concretan también, en otros casos a veces surge la música a una melodía y después hemos agregado unas letras y la parte de los arreglos pues, por lo general ó los más significativos los hacen tal vez las personas que tienen más experiencia musicalmente hablando..." (Ponce Carolina. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Componer para Bambarabanda es tener claro en primer lugar el momento del proceso artístico que se está viviendo, que formato se trabaja, que mensaje se quiere dar, que sensación visual se quiere expresar, que está señalando el espíritu del compositor. En la actualidad, después de haber establecido una metodología donde la disciplina, la creación colectiva y la organización son pilares fundamentales en manos del director musical, el proceso debe fluir enmarcado dentro de la libertad creadora, donde todo es posible, donde prima la fluidez antes que la pretensión sonora o comercial.

**LA CANCION "SUR":** La canción "Sur" fue compuesta por el cantautor Nariñense Mario Rodríguez. A continuación se irán relacionando sucesos vivenciales con conceptos teóricos y técnicos alrededor de la producción musical de esta canción. Mario Rodríguez, narra a continuación el momento en el cual compuso la canción: "En un viaje que fui a Bogotá a pasar unos días me sentí muy solo, me sentía aturdido, tenía un abismo gigante en el alma, la Bambarabanda había participado en ROCK AL PARQUE ,eso me había emocionado mucho y empecé a ver videos de la Bambarabanda en rock al parque y me emocioné mucho, sentí un orgullo bien tenaz del sur y empecé a cuajar un poco en mi cabeza que canción les podía escribir, si fue intencional la escritura de la canción para la Bambarabanda, es decir yo la hice para la Bambarabanda, entonces no tenía la guitarra, no tenía piano, no tenía nada pero supe desde el principio que quería hacer un albazo y un albazo melancólico, que iba a ser un mensaje de tomar conciencia de lo que tenemos y de donde somos es decir del sur y empecé a escribir la letra, que dije que simplemente se iba a llamar "sur" y empecé a hacer una especie de retrato, esa canción es un poco mi manera de ¿no se? De aliviarme porque soy un fotógrafo frustrado, entonces dije voy a hacer una foto panorámica del sur y le voy

a meter música y quiero que sea una canción melancólica, entonces empecé a trabajar en eso, empecé a escribir, empecé a acordarme del sur, lejos en Bogotá, mucho mejor y la escribí, cree la melodía sin guitarra, sin nada y cuando llegué de Bogotá la pulí en Sandoná, la acabé de pulir y allí le metí la guitarra y supe que podía ser una canción viable para el grupo. (Ver entrevista. Anexo). Al tener la melodía principal y la letra de la canción, se procede a trabajar en los arreglos musicales. Para esto es importante tener en cuenta el formato de la agrupación, el ritmo, para trabajar la estructura percutiva y la tonalidad de la canción. El formato de Bambarabanda para esta canción buscaba indagar en el ritmo de albazo, debía contar necesariamente con la guitarra acústica marcante, el acordeón y el güiro. En su introducción, la guitarra marca el inicio de una manera muy tradicional, la acompaña rítmicamente el güiro y el redoblante creando una atmosfera de sensaciones ancestrales evocadas por algunas flautas étnicas. La voz líder comienza describiendo a manera de narración, el “Sur”, la tierra, la sangre ancestral. En la segunda parte, una guitarra acústica intenta acercarse a un sonido más blues, surgiendo así un elemento cautivador y más “moderno” que junto a una percusión étnica le dan un aire rockero al tema, llenándolo de fuerza y sentir nostálgico.

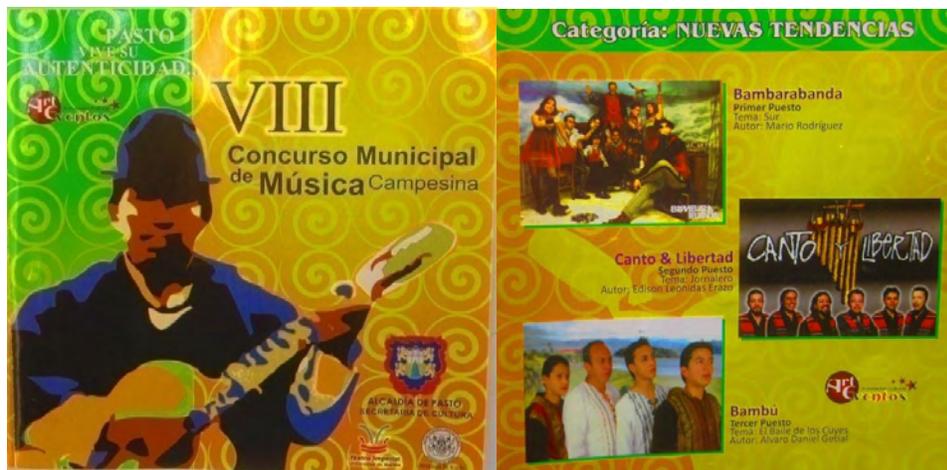


Fig. 12. Caratula del Cd.: "VIII Concurso Municipal de Música campesina. 2011  
(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

Es el momento donde la voz femenina aprovecha un Groove intenso para continuar con la narrativa que terminara con la explosión melódica del sur, cuando la quena, la guitarra eléctrica y el acordeón de tecla imprimen el momento melódico más importante de la canción que es cuando se evoca el albazo en su máxima expresión. Las voces femeninas que emulan la fuerza de la mujer indígena y campesina llevan la canción a su clímax final, con un coro repetitivo y muy pegajoso. Ente otras cosas, esta canción fue ganadora del concurso de músicas campesinas de la región en el año 2011, en la modalidad “nuevas tendencias”. (Ver Fig. 12) “...cuando supe que había ganado, pues uno no deja de sentir orgullo porque tiene tanto el grupo como el compositor, sentimos orgullo

porque de alguna manera nos reconocen el trabajo que se ha hecho y reconocen la manera de existir acá en este Sur, que ese es el mejor premio, más allá de que hayamos quedado de primeros, de segundos o de que no hubiera ganado nada, porque a fin de cuentas, como dice Ciorán “Todo éxito es un mal entendido” , el mejor premio es la gente que se le acerca a uno a felicitarlo por la composición, la emoción, la lagrima que vagabundea entre garganta y alma cuando ustedes están en vivo y uno dice esa es mi canción y que interpretación tan bonita que hicieron, creo que ese es el mejor premio, es un reconocimiento que no se puede medir, me siento muy agradecido de la gente de Nariño por ese reconocimiento, creo que esa es la emoción y el mensaje melancólico que yo quería dar se logró. (Rodríguez, Mario. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**MAQUETACION DE LOS TEMAS:** Este aspecto es bien importante, ya que al realizar una maqueta se está aprobando la organización formal de la canción en su etapa de preproducción. En ese sentido se supone que la canción ya ha pasado por un proceso de estructuración y forma, ya ha encontrado la tonalidad y el tempo adecuados, por lo tanto esta lista para ser grabada en su etapa de preproducción. Por lo general las maquetas pueden ser realizadas en software especial diseñado para ello como el programa Reason, que ofrece cantidades de bancos percutivos que son la base fundamental de una buena maqueta. Otra opción es como lo realiza Bambarabanda, que consiste en realizar la maqueta grabando una estructura percutiva sobre un click de metrónomo. Como la canción ya está estructurada y por supuesto, memorizada, el percusionista simplemente graba sobre una guía cantada la estructura base sobre la cual se irán grabando los demás instrumentos.

**GRABACION DE LA PREPRODUCCION:** Una vez realizada una buena guía o maqueta, se procede por lo general a grabar la base armónica de la canción, es decir bajo y cuerdas (guitarras o charangos), para posteriormente entrar a grabar las partes melódicas que en el caso de Bambarabanda se logra con violines, acordeón, melódica Hammond o algunas guitarras melódicas (eléctricas o acústicas). (Ver Fig. 13). Al finalizar se pone sumo cuidado a las voces (líder y coros), puesto que ellas llevan el mensaje lírico de la canción.



Fig. 13. Grabación en preproducción. David Narváez (guitarra). Pablo Muñoz (violín). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

Las voces se afinan, se prueban en distintos fraseos, se doblan o se les busca el color adecuado de acuerdo a lo que se quiere lograr. (Ver Fig. 14).



Fig. 14. Bambarabanda grabando en preproducción desde su estudio casero. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

El proceso de preproducción se grabo en el estudio casero de Bambarabanda, contando con equipos de mediana calidad, pero con un equipo humano capaz de tomar organizar, planear y tomar decisiones oportunas para el bien del proyecto. “ya empezamos a hacerlos después como cerca de eso fue a mediados del 2010 no inicios del 2010 más o menos entonces se trabajo largo en la preproducción del disco trabajamos en la casa entonces teníamos el tiempo a disposición del grupo íbamos y grabábamos lo que creamos en los instrumentos principales grabamos una base de batería con Yeimy y así se fueron creando las canciones” (Rosas, Felipe. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**Selección del repertorio.** Para el segundo trabajo de Bambarabanda se tenían en lista algunas canciones que ya se habían tocado hace un tiempo, otras que estaban en proceso de construcción y otras que eran totalmente nuevas. “A partir como del 2008 empezó a cocinarse digamos la idea pues de realizar otro disco, primero pues yo recuerdo que hubieron como ciertas conversaciones para escoger las canciones, para escoger cuantas canciones iban a meter en este disco”. (Escobar, María Alejandra. 2011. Ver entrevista. Anexo). Para seleccionar el material, se tuvieron en cuenta algunas estrategias importantes como:

- **Numero de canciones.** En la actualidad y de acuerdo a cómo funciona el panorama musical es importante tener en cuenta que el negocio de la música no gira solamente en torno a la venta de discos físicos. Como se observará más adelante es recomendable contar con herramientas en internet, donde a través de links, los compradores accedan a la música bajando las canciones del álbum que más les guste. Por lo tanto es importante seleccionar un numero de canciones clave tanto para el disco, como para seguir siendo trabajadas en producciones a futuro.
- **Variedad.** En este trabajo se cuenta con un repertorio mucho más variado que el del primer disco, puesto que la banda empieza a consolidar un sonido internacional, donde no solamente se trata de exponer el aprendizaje adquirido a partir de la música andina, sino el acercamiento a la música del mundo, conservando el formato de la agrupación y el sonido característico que la identifica. Por eso la selección de canciones se rige en una variedad tal donde se encuentran aires y ritmos andinos como: son sureño, albazo, san Juanito, rin y pasacalles e internacionales como: polka, corrido mexicano, tarantela, vals, rock y blues.

Pensando en esto, el equipo de producción decide grabar 12 canciones que son las siguientes:

- ✓ SUR. Compuesta por Mario Rodríguez Saavedra.
- ✓ NARCOS. Compuesta por Yeimy Argotti Benavides.
- ✓ LIMPIA BAMBARITA. Compuesta por Juan Fernando cano y Adrian Álvarez.
- ✓ ANABARABMAB. Compuesta por Adrian Álvarez y Yeimy Argotti Benavides.
- ✓ NATHALIA. Compuesta por Adrian Álvarez
- ✓ HPOBRERO. Compuesta por Juan Fernando cano y Yeimy Argotti.
- ✓ AROMA DE CARNAVALES. Compuesta por Juan Carlos Cadena y Yeimy Argotti.
- ✓ TARANTELLA. Compuesta por Pablo Muñoz, Juan F. Cano y Yeimy Argotti Benavides.
- ✓ VERECHE. Compuesta por Bambarabanda
- ✓ EVA DE LA NOCHE. Compuesta por Adrian Álvarez y Yeimy Argotti Benavides.
- ✓ CHULLAS. D.R.A

- ✓ VALS DEL GUATICO. Compuesta por Adrian Álvarez y Yeimy Argotti Benavides.

**7.2.1.3. Grabación producción “LIVE”.** Es importante mencionar en primer lugar que una grabación “Live”; o sea aquella que se realiza con la banda sonando en directo a la consola de audio, se justifica, cuando se ha realizado un trabajo previo de pre-producción, incluyendo ensayos constantes con la banda. “Cómo encontré las canciones de Bambarabanda?; para empezar fue una experiencia muy grata porque encontré obras completos. Obras completas a que me refiero: las melodías están muy bien definidas, las letras también, unos arreglos pues del grupo como ya había ensayado varios de los temas meses y meses y hasta un año, ya había visto cómo encajaban dentro del conjunto musical...” (López Alberto. 2011. Ver entrevista. Anexo). Esta preparación hizo que la banda esté a punto para la sesión en vivo.



*Fig. 15 - 16. Grabación “Live” en el estudio “Audiovisión”. Bogotá, 03/07/20011. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

En la parte técnica, es indispensable que la sala desde donde saldrá la señal a la consola, debe tener las condiciones necesarias para lograr un buen trabajo, estas están representadas en comodidad para la agrupación y equipos que respondan fielmente al tratamiento del sonido que se desea, por tal razón se seleccionaron los estudios audiovision en la ciudad de Bogotá (Ver Figs. 15 - 16). “Él propuso (Alberto López, productor) un estudio para grabar el segundo disco en Bogotá que es audiovision que tal vez es de los mejores estudios de Colombia y se decidió grabar el disco allá porque necesariamente se quería lograr ya un sonido profesional.... esa es la única forma de poder tener un disco también contundente para el mercado internacional.... entonces Alberto decidió ir a grabar Audiovision y ya fuimos a Bogotá, entonces después del proceso de llevarnos un disco de casi 8 meses o un año de preproducción fuimos a grabarlo y estuvimos todos en Bogotá grabando tres días jornadas bastante ... divertidas porque era un estudio demasiado acogedor”. Rosas Felipe. El productor Alberto López, describe a continuación la importancia del estudio: “Audio visión es un estudio completo y mi experiencia en Colombia, pues yo tampoco conozco todas las salas del país, pero

es uno de los más completos, sino el más completo que pueda haber aquí en Colombia. Todo y muchos factores pues, desde las salas, el diseño de la sala, el tamaño de la sala, es de calibre mundial, los equipos pues, con la consola, los micrófonos, los procesadores que tiene, además que es un ambiente muy sabroso, la gerencia, todo. Toda la gente que trabaja aquí y los músicos que entran y salen, es un ambiente muy sabroso, entonces pues, siempre que trabajo aquí me encanta, por eso pues pensé en este estudio antes que nada”. (López Alberto. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Para el colectivo, se cumplieron los objetivos que se trazaron desde un principio, a nivel de producción musical. “Pues grabar ese disco fue una experiencia maravillosa, la verdad, porque muy pocas personas tienen como el privilegio de alcanzar un proceso de esa manera... el hecho de grabar en bloque, eso es un trabajo admirable, llegar a esos estudios, llegar a ese nivel... todo eso me pareció muy interesante”. (Gómez, Luis. 2011. Ver entrevista. Anexo). Resultados que evidencian la diferencia en cuanto al tratamiento del sonido, mezcla y masterización respecto al primer disco. “Bueno la principal diferencia está en que se grabó la mayoría ya en un estudio digamos si no es el mejor de Colombia, si uno de los mejores estudios como es Audio Visión, en un estudio totalmente diferente, Pues lo que yo alcancé a escuchar sin hacer mezcla, estaba excelente, ya sabemos que Audio Visión es uno de los mejores estudios que hay aquí en Colombia, al igual que los ingenieros eso no lo podemos negar.” (Benavides Wilson. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**Análisis del nivel musical de los artistas.** En este aspecto es importante tener en cuenta que el músico debe contar con el nivel musical adecuado para la interpretación óptima en el momento de la producción. Para esto es necesario trabajar constantemente en arduas jornadas de trabajo. “Estuvimos en pre – producción casi un año trabajando, buscándole el propio sonido a los temas...” (Luis Gómez. 2011. Ver entrevista. Anexo). La preparación en preproducción no solo implica el aspecto musical artista, sino también el psicológico (Efecto psicológico Red Light Panic), puesto que no es lo mismo tocar en un concierto que en un estudio de grabación. “la pre – producción fue el espacio o ha sido el espacio para prepararse, precisamente prepararse a lo que ya sería la grabación de verdad para, maquetear bien cada una de las canciones y que cada uno tenga claro también lo que va a hacer lo que va a grabar tenerlo más seguro”. (Escobar María. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**Ensayos con el artista.** Todas aquellas ideas que surgen en la preproducción, son valiosas y deben irse poniendo a prueba en los ensayos de la agrupación, Es importante tener en cuenta que las ideas musicales y de puesta en escena surgen en ensayos y en el estudio de grabación, puesto que existen muchos detalles como el fraseo melódico, la afinación o arreglos que es más fácil escuchar en la sala. “Dentro de las canciones empezaron encima a salir arreglitos de guitarra de arreglitos armónicos con el violín o melódicos entonces empezaron a salir como

nuevas cosas dentro de la coproducción que de pronto en el ensayo ... no se podía dar el tiempo para ponerse a crear muchas cosas detalles sobre todo y me parece que en el computador ya empezaron a darle como un poco mas de color ...s a escucharse más las voces entonces empezó a darle también otra intención.... ...nos tomamos el tiempo necesario para poder buscarle un sí como el condimento especial que queríamos que suene el disco”. (Rosas Felipe. 2011. Ver entrevista. Anexo). Esta etapa es muy importante, por cuanto permite asegurar las ideas de la producción, puesto que si se pretende hacer una producción “Live” en un estudio profesional donde los costos dependen del tiempo en grabación, se debe tener una memoria musical de la canción en todo sentido: dinámicas de tiempo, de velocidad, obligados, intensidad, interpretación; y a ello solo se llega con estudio diario y con disciplina.

**7.2.1.4. Registro de los temas para su protección jurídica.** Es importante que en la actualidad, los artistas estén pendientes de la legalidad respecto a los derechos de autoría, de promoción y recaudo ante las organizaciones o Instituciones idóneas para estas actividades. Brevemente se describirá a continuación como se realiza el procedimiento para registro de canciones.

En primera instancia se debe realizar el registro ante el ministerio del interior y de justicia, gestión que se puede hacer enviando por correo físico los siguientes documentos:

- Formulario diligenciado de solicitud de inscripción de obras artísticas y musicales. Donde se identifican datos de los autores y de la obra específica (canción).
- Letra impresa de la canción.
- Partitura o score de la canción, donde se encuentre la melodía principal, la armonía y la letra.

Esta gestión, es posible realizarse a través de Internet, aunque su trámite es un poco complicado y prolongado.

Una vez el ministerio reconozca el registro entregara a vuelta de correo físico o internet, el CERTIFICADO DE REGISTRO DE LA OBRA MUSICAL firmado por el jefe de la oficina de registro, con el cual el artista puede tener seguridad que su obra será protegida por el estado.

Es importante que posterior al Registro de los temas para la protección jurídica realizado ante el ministerio del interior, se proceda a registrar los temas ante alguna empresa o institución de recaudo de derechos de autor como SAYCO (Sociedad de intérpretes y compositores) empresa recaudadora, que se encarga de controlar el número de veces que se emite una canción en los medios de comunicación y eventos en general, protegiendo los derechos de autoría a través

del desembolso de dineros para el artista manejado a través de porcentajes de recaudo provenientes de los impuestos que por emisión genere.

**7.2.2. Producción ejecutiva.** Para poder entrar en este aspecto tan importante, se debe hacer un diagnóstico del estado de avance de la gestión en cuanto a producción ejecutiva se refiere. En distintas oportunidades se escucha el reclamo hacia la falta de oportunidades o el desinterés Institucional y /o gubernamental por los procesos artísticos y la cultura, y eso es una característica generalizada tanto en los países desarrollados como en “vías de desarrollo”. Esto lo reafirma el hecho que los presupuestos gubernamentales para partidas artísticas y culturales, están muy por debajo de lo que se asigna a otros. Aun a sabiendas de la verdad que esta afirmación encierra, se tienen dos posibilidades: sumirse en el reclamo, corriendo el riesgo que realmente no suceda nada, pues es sabido que la experiencia exterior es difícil de cambiar, ya que se requiere de procesos políticos y cambios económicos profundos para hacerlo; o por el contrario, cambiar la experiencia interna, y apropiarse de herramientas técnicas, investigar y avanzar en un camino propio, que en el caso de la música alternativa apunta a la independencia, la autogestión y al emprendimiento empresarial.

Las universidades del país, en su gran mayoría, aun no han logrado involucrar aspectos como la gestión cultural en el pensum de sus carreras como si se hace en otros países. Por eso no es suficiente contar con productos de gran calidad, cuando no se está dispuesto a aprender a gestionar, y eso implica hacerlo por propios medios, de forma independiente. “Nadie sabe como grabar un disco, como enviarlo a MTV, como inscribirse a los Grammy, cuales son las asociaciones de recaudo, etc. En Colombia y Latinoamérica la desinformación es “general” en todos los aspectos artísticos, al no tener nosotros acá universidades ni academias en donde se nos enseñe el negocio de la música y el arte, a las personas les ha tocado aprender por su cuenta y de una manera “Chambona”, a esto súmele que quienes tienen algunos conocimientos no los comparten por que les ha costado demasiado conseguirlos”. (Szarruk, Felipe, 2011).

Si realmente se cree en el proyecto, y la visión del colectivo apunta a la solidificación de un concepto y a cumplir con la tarea del artista la cual tiene como fin la proyección de la cultura y la transmisión de su visión particular del mundo; es muy importante en estos tiempos organizarse de tal manera que las agrupaciones vivan y asuman su trabajo como empresas, pues la competitividad así lo requiere. Los proyectos artísticos, deben convertirse o al menos intentar funcionar como lo hacen las empresas. Estas para su normal y eficaz funcionamiento tienen por ejemplo varios departamentos: mercadeo y publicidad, producción, gerencias, contaduría, ventas, etc. Se debe entonces contar con un equipo de trabajo dispuesto a creer y trabajar. “Tiene que contar con un equipo de trabajo grande que lo apoye y crea en su proyecto, usted solo no puede hacer todo. Conozco gente en este país que compra sus instrumentos, alquilan el

ensayadero, componen las canciones, forman la banda, dirigen los ensayos, van y hablan en el bar, contratan el sonido, arman el sonido, cobran la boleta, se suben a tocar, se bajan de tocar y se toman un trago, van en el taxi y devuelven el sonido y se van a dormir a la casa. Mal!!!” Szarruk, Felipe. Haciendo una relación equivalente entre una empresa y una agrupación musical, se debe tener claro en primer lugar que el eje central, el producto principal es la música, la misma banda, en términos económicos, “la oferta”, que se determina en conciertos, paquetes pedagógicos, jingles, y productos de mercadeo como cds, camisetas, llaveros, postales y demás. Igualmente es necesario que exista un mercado, una “demanda”, que indiscutiblemente debe ser creada por la misma agrupación. El público es en ultimas, el principal evaluador de la propuesta. Una agrupación musical sin público, esta mandada a desaparecer, por más que el sentir del artista apunte a que las cosas están bien realizadas, la función social y cultural de la música debe girar alrededor del público. Esto está claro para Julián Mosquera Muñoz, por ejemplo, quien en su papel como productor y seleccionador de agrupaciones para el festival “Centro” y la fundación Gilberto Alzate Avendaño de Bogotá, quien afirma: “yo recibo alrededor de 400 propuestas cada tres meses o cada dos meses... pues lo que pasa es que lo que uno busca ponerse más en los zapatos del público que en los zapatos del artista. Esa es la realidad, como programador yo tengo que tener en cuenta más al público que al artista. El artista está absolutamente convencido de su trabajo, no hay dudas sobre lo que está haciendo, ....pues él tiene la firmeza de considerar su trabajo como terminado, como hecho, como listo y muchas veces sino se ha confrontado con el público no hay una retro alimentación ni una necesidad de reevaluar su trabajo y a nosotros nos llega ese tipo de propuestas, propuestas que no han estado digamos en consideración para el público sino simplemente para los ojos del artista o de su grupo de amigos de artistas y nosotros como que tenemos que aterrizar ese tipo de propuestas y es el momento en que le decimos “no gracias” prepárela un poco más o no espérese un poco más, hay un factor determinante en este momento que es la pertinencia, si es el momento para presentar, si está acorde con lo que está sucediendo y todo eso, eso es un criterio muy importante para nosotros y obviamente el del público y nosotros entonces muchas veces pues si nos vemos retribuidos digamos, algunas veces no, pero pues igual nos la jugamos porque creemos que esta propuesta o no puede funcionar” (Ver entrevista. Anexo). La organización, es entonces pilar fundamental para que la relación: Artista- público sea efectiva. Esta organización para ser llevada con éxito a la realidad, debe contar con un equipo mínimo de trabajo, que debe estar constituido por:

1. **Un gerente o representante legal.** Quien se encarga de llevar la gestión administrativa de la banda y la firma de contratos principalmente. Por esta razón debe ser una persona que tenga documentación al día, como Rut, cámara de comercio, pague impuestos, este afiliado a empresas protectoras de de pensiones y salud, entre otros.
2. **La banda de músicos.** Dispuesta a trabajar en jornadas de trabajo establecidas a partir de estrategias organizativas eficaces, que no se limitan

únicamente a ensayos musicales, sino de escena, jornadas de grabación. Reuniones con el equipo directivo y otras actividades como: llevar el inventario y mantenimiento de instrumentos, preparar la sala de ensayo previamente, servir de apoyo en las pruebas de sonido, promocionar eventos a través de la web, pegar afiches y publicitar conciertos a través de las redes sociales de internet o voz a voz entre otros.

3. **Un manager.** Quien representa a la banda ante los medios de comunicación, festivales, ruedas de negocios, busca contratos y está pendiente de ellos. Organiza toda la información de manera pertinente, para que el resto del equipo diseñe estrategias para la movilización y organización en general.
4. **Auxiliar de producción.** Quien puede llevar la parte contable, organizar cuentas, llevar actas y realizar trámites varios.
5. **Un ingeniero de sonido.** Se encarga de poner a punto el sonido de la banda en tarima.
6. **Un diseñador.** Su labor es trabajar la imagen estética del grupo. Estar pendiente de la actualización de la imagen y promoción en internet.
7. **Un contador.** Quien trabaja la organización contable de la agrupación.

**7.2.2.1. Bambarabanda y la producción ejecutiva.** La producción ejecutiva debe garantizar una organización efectiva al interior de una agrupación musical, objetivo que trasciende lo artístico para moverse en el plano de las relaciones internas y externas. De esta manera la producción ejecutiva sirve de puente entre lo interno y lo externo, entre el artista y todo lo que se mueve alrededor: Instituciones, festivales, empresas, servicios, y todo aquello correspondiente a la parte legal, administrativa y contable principalmente. Lo ideal es que este trabajo debe permitir “liberar” al artista de este tipo de responsabilidades para que él se dedique a lo que le compete, a la “creación”. En ello radica su importancia. Alix Linares, productora de Bambarabanda describe así la importancia del trabajo de producción: “creo que la producción ejecutiva su función fundamental, fundamental no, pero una de sus funciones principales es consolidar una organización, como banda musical o como grupo musical, como colectivo artístico pues, lograr tener o concretar las estrategias para que este proyecto musical se sustente también económicamente, que las personas que estamos trabajando en el colectivo veamos reflejado pues, nuestro trabajo en oportunidades de continuar, de tener una seguridad, de tener una visión de este proyecto, que ya se nos va convirtiendo en un proyecto de vida hacia el futuro entonces es una responsabilidad de la producción ejecutiva, brindar las condiciones o lograr brindar las condiciones para que este trabajo evolucione, siga creciendo, se mantenga buenas relaciones también, tanto al interior del grupo como hacia las instituciones o hacia las entidades en los festivales, entonces pues es eso, yo creo que la producción debe garantizar una organización interna, una estabilidad interna y también ser como un canal de comunicación entre la banda y lo externo”. (Ver entrevista. Anexo).

Cuando se trata de realizar producción para la organización de conciertos, todo parte de analizar el motivo que mueve al colectivo para su ejecución. De esa idea original se desprende el concepto que se adapte a la realización, el presupuesto, las condiciones técnicas, el formato de la agrupación, el espacio, la duración, las estrategias de promoción y publicidad, el tipo de público al que irá dirigido e igualmente el repertorio para la ocasión. “...cuando nosotros personalmente desde la experiencia de la Bambarabanda hemos organizado conciertos pues, ha implicado una producción ejecutiva como se la conoce, que es buscar los recursos para hacer el evento, generalmente la realización de un evento pues, lleva un propósito, por ejemplo el lanzamiento del disco que fue un evento que organizamos nosotros de una manera auto gestionada digamos y también lo que implica toda la parte técnica de producir un concierto ¿no? El sonido, organizar el espacio, que sea adecuado para el público, que se requiere, si es un espacio abierto o cerrado, que calidad, que cantidad, que tipo de sonido requiere el espacio, entonces son toda una serie de variables que uno entra a mirar y a definir para lograr que un concierto de Bambarabanda se realice.” (Linares, Alix. 2011. Ver entrevista. Anexo). Como se mencionaba anteriormente, todo radica en el proceso de aprendizaje. Definitivamente la experiencia es la que enseña, pues cada vez que se tiene la oportunidad de viajar, se conoce más sobre cómo se mueve la industria del espectáculo y sus estrategias de realización. “Ya hablando de eventos más grandes, como festivales en los que hemos participado, esas experiencias nos han permitido también conocer y mirar cómo funciona un evento ya tan grande, de este tipo, cómo rock al parque por ejemplo y en ese sentido pues ha sido un aprendizaje cada participación y eso ha fortalecido también nuestra organización interna, entender un poco más de que se trata toda la industria musical, sea desde una visión comercial o desde una visión alternativa y de esa manera lograr que un evento y un concierto pues se desarrolle de la mejor manera posible”. (Linares, Alix. 2011. Ver entrevista. Anexo). De esta manera se ha logrado configurar un propósito donde cada vez que Bambarabanda se presenta ante el público, ha analizado con anterioridad el espacio, el público y ha diseñado un espectáculo que es único e irrepetible, como el arte efímero.

**7.2.2.2. Proyección de la música urbano alternativa.** La producción ejecutiva debe trazar unos objetivos, unas metas a corto y largo plazo que permitan organizar las actividades, delimitarlas y perseguirlas. El objetivo que se persigue como agrupación, delimita el “quehacer” de la misma, pues no es lo mismo ser una banda de barrio y estar contento con ese esfuerzo, que pretender proyectarse a un público internacional. Santiago Arango, así lo define: “Lo primero es definirse como banda, que es lo que quieren, definirse si es una banda que se van a quedar tocando en el barrio, se van a quedar tocando en la ciudad, o el país, o quieren proyectarse internacionalmente, a partir de ahí ya vienen una cantidad de cosas y es según lo que quieran si es una banda que quiere proyectarse a nivel nacional, va a tener que trabajar unos frentes como debe tratar de salir a otras ciudades, debe buscar medios nacionales, debe estar conectado completamente con las

redes sociales porque es una herramienta que le permite estar presente ahí sin necesidad, digamos, con información y demás sin necesidad de tener presencia física, mientras que si es una banda de barrio no, si es una banda para la ciudad, digamos, si mi proyecto es banda de la ciudad, no, manejo mi circuito, manejo mi parche, manejo mi público, mi nicho y de mas, yo creo que hay una cosa importante en cualquiera de los casos y es ser juiciosos, ser disciplinados y estudiar, pues es lo único, es lo único que a vos te permite avanzar.” (Ver entrevista. Anexo). Este avanzar, necesariamente debe tener en cuenta el autoaprendizaje en todos los campos de la producción. “significa investigar, investigar sobre puntos de circulación de la música, sobre mecanismos de circulación como se está poniendo a circular esa música, investigando que está pasando con la música en el mundo también, no quedarse mirando al espejo y mirando lo que pasa aquí nada mas pero no investigando que pasa en Chile, en Panamá, que pasa en Londres, que pasa en Islandia, porque hay cosas muy interesantes que pueden aportar digamos a ese proceso de aprendizaje de investigación que si es manejado con disciplina seguro, seguro que los frutos se dan, yo creo que para sintetizar eso, hay una frase que me encanta que dice Fernando Gonzales y es que si uno es coherente con lo que piensa y con lo que hace hay energía creadora y entonces pasan cosas.” (Arango, Santiago. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Esta delimitación permite concentrarse en el tipo de mercado que se desee atraer. En cuanto al interés del mercado internacional por la música colombiana, por ejemplo, existen en la actualidad dos sectores minoritarios: la música tradicional, que sigue atrayendo al público por su carácter exótico o folclórico, y algunos sonidos contemporáneos de música electrónica y de rock independiente que hacen fusión retomando estas primeras sonoridades. Cabe anotar que existe un creciente interés por descubrir nuevos grupos que aporten a la visión europea y global del concepto del rock alternativo, en pocas palabras en Colombia está todo por descubrirse pero es importante que cuando esto suceda las agrupaciones se encuentren preparadas para dar el salto y la apuesta más importante a su proyecto.

En este sentido la responsabilidad de la producción ejecutiva, es planear, gestionar, administrar y delimitar el rumbo de las agrupaciones para hacer viable su sostenibilidad y su fortaleza en la creación y la administración.

### **7.3. CONFIGURACION DE PROYECTOS INTEGRALES DE TRABAJO ARTISTICO**

Para poder consolidar proyectos integrales de trabajo artístico, es importante conjugar saberes. Los aportes al colectivo desde distintas disciplinas, oficios, vivencias, emociones, representan la posibilidad que tienen los individuos de favorecer desde su subjetividad al interés general. El trasegar por caminos y

saberes distintos, hace enriquecer aun más la propuesta desde una postura transdisciplinar. Las agrupaciones de música alternativa hoy por hoy, se caracterizan por configurar proyectos integrales de trabajo, en donde las propuestas relacionan ideas que van desde lo meramente musical y / o artístico, hasta la forma de obtener recursos y administrarlos. Para esto es muy importante que el espíritu de colectivo, funcione bajo los criterios de una excelente organización y mucho amor por el trabajo, que confluyen en dinámicas muy interesantes en cuanto a las formas de entender la producción musical: en primer lugar la autogestión, en segundo lugar el modelo de trabajo en donde cada integrante hace un aporte importante que es rescatado por el resto del grupo y tiene una influencia visible en el resultado final y en tercer lugar la integración directa con los habitantes de la ciudad y con la ciudad como un todo, que convierte al colectivo en un referente artístico.

**7.3.1. La consolidación estética.** La relación música-estética, ha existido siempre y en todas las culturas. Sería muy difícil pensar que la música podría estar separada del baile o de la teatralidad, aun a sabiendas que el verdadero músico (supuestamente) se transforma en tarima para convertirse en un actor que asume lo que canta y es consecuente con su discurso musical. No es suficiente con la interpretación musical, es necesario que el discurso se refuerce con el gesto, con el vestuario, con la teatralidad, con la imagen. Los integrantes de la agrupación “Puerto Candelaria” de Medellín, relatan la importancia de la inspiración estética y teatral en su trabajo: “Pues yo creo que hay una cosa inevitable que es que JUANCHO VALENCIA es un cerebro, es la cabeza, es un dictador (risas), se hace lo que él diga, no pues la verdad es el maestro que tiene esa capacidad de hacer cosas, nosotros también tenemos la capacidad de cambiar esas cosas, en el ensamble crear y de pronto no solamente musicalmente sino también teatralmente, de repente sale un pasito, un bailecito o un tiritito o un chistecito o una palabra que la decimos en cualquier momento y pensamos “he esa cosa puede funcionar” y lo hacemos funcionar y empezamos a crear en conjunto, ya en ensamble ¿cierto? Que es lo importante”. (Ver entrevista. Anexo). (Ver Fig. 17)



Fig. 17. "Puerto Candelaria". Agrupación urbana alternativa Colombiana.

Así ha quedado claro para la mayoría de agrupaciones musicales desde siempre. Los espectáculos musicales de esta manera lograron construir shows multimediales donde la música se convierte en el centro dinamizador del arte al interior del grupo. La música urbana alternativa no es la excepción, pues hoy por hoy no solo se escucha, se ve, y esto requiere de investigación, conocimiento y trabajo. "Digamos que con el pasar de los años cada vez es más importante el aspecto estético en el manejo de una agrupación musical. En Bambarabanda ha sido también bien interesante porque ha sido también como un valor agregado que muchas personas han aportado de acuerdo a que el colectivo está conformado por artistas y por gente que conoce y que siente el arte". (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo). Tan importante es este aspecto, que productores de todo el mundo, escogen de entre cientos de propuestas musicales en primera instancia, aquellas que les parecen interesantes a la vista antes que al oído. "El aspecto estético en una agrupación y hoy en día me atrevo a decir que es como, quizá en un treinta o cuarenta por ciento de importancia, llega a ser incluso tan importante como la música". (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**7.3.2. El diseño para la música.** La música como el diseño se estructuran partiendo del concepto como base. Lo sonoro al igual que lo visual tiene color, un tema musical con un mal concepto de forma y fondo o un mal diseño e implementación de fotografía, termina siendo un tema que no queda en el oído y mucho menos en la retina.

El diseño y la música siempre han ido unidos, y su conjunción ha dejado imágenes irrepetibles: portadas de discos que todos recuerdan, añoran y disfrutan, incluso en la era digital. Las portadas tienen una fuerza y una connotación apasionante y

expresan solamente la música de cada generación, sino su propia historia. Desde las portadas de partituras de finales del XIX a los iconos informáticos de la actualidad, siempre ha existido una necesidad de un acompañamiento visual a la música. La industria discográfica se dio cuenta de ello tan pronto como en 1939, cuando un diseñador de 23 años, Alex Steinweiss, creó la primera portada ilustrada para Columbia. (Ver. Fig. 18)



*Fig 18. Alex Steinweiss. Diseños de portadas de discos.*

La innovación fue tal éxito que poco después todos los sellos discográficos contrataron a diseñadores gráficos, directores de arte y fotógrafos para crear cubiertas de discos. El resultado es que las portadas de discos han ofrecido algunos de los mejores ejemplos de diseño gráfico en la historia, y a su vez han lanzado la carrera de algunos de los diseñadores gráficos más importantes, innovadores e influyentes en el campo del diseño para la música como Andy Warhol. (Ver fig. 19).

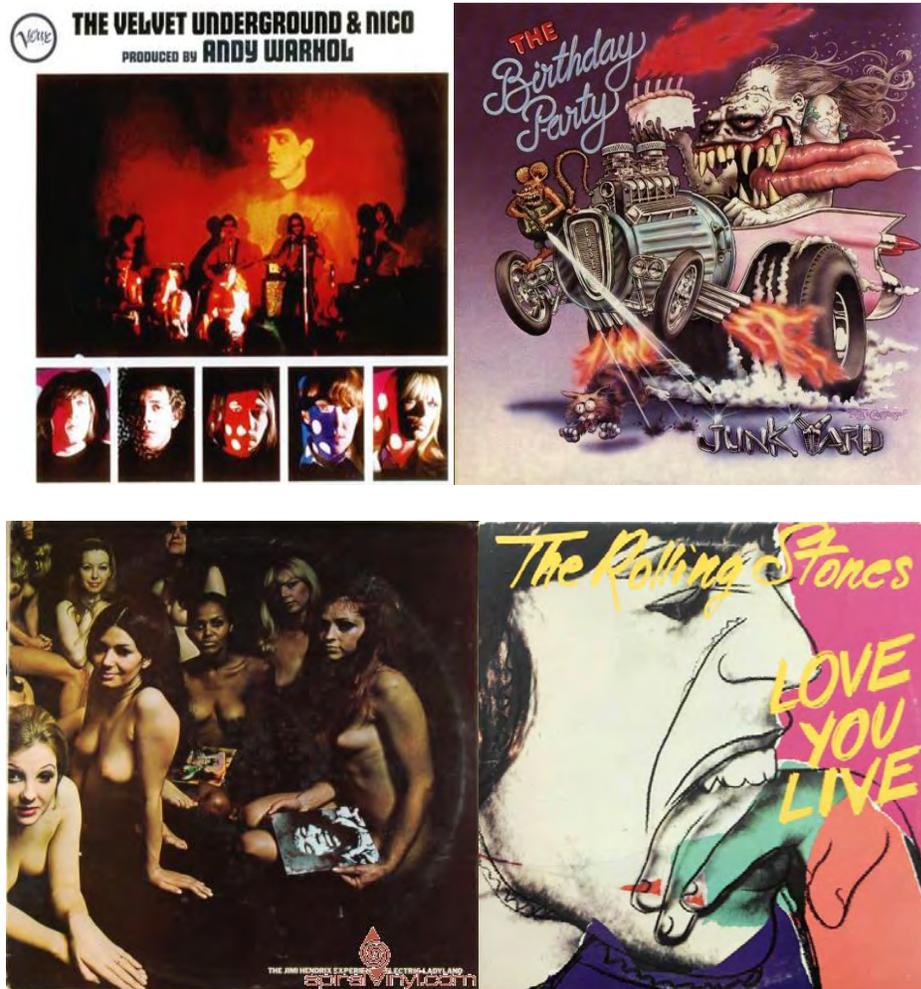


Fig. 19. Portadas de discos diseñadas por Andy Warhol. The Velvet underground(izq). Junk Yard (der). Jimmy Hendrix(abajo, izq. The Rolling Stones. Abajo, der. )(Fuente: Internet. Andy Warhol)

El diseño de packaging (empaquete) en la industria musical ha sido, desde sus inicios, un campo de innovación y experimentación donde se encuentran las propuestas gráficas más interesantes y vanguardistas, de las que posteriormente se nutrirán otras disciplinas como la gráfica publicitaria o el diseño de identidad corporativa.

Este tipo de diseño es además un caso curioso dentro del mundo de las artes aplicadas o el arte comercial, ya que eficacia comercial y calidad artística suelen convivir frecuentemente en perfecta armonía. No es casualidad que diseñar discos sea una de las actividades más queridas por los diseñadores gráficos. Diseñar discos supone realizar proyectos de corta duración que exigen un gran esfuerzo creativo en su inicio, pero cuyas fases de desarrollo y producción suelen ser cortas en el tiempo. Por tanto, con proyectos de este tipo es difícil caer en la monotonía. Una vez terminado un disco, comienza otro con nuevos retos y exigencias y vuelta

a empezar. El diseñador de portadas de discos es, en cierta forma, una especie de corredor de velocidad. La propia diversidad inherente a los distintos estilos musicales hace que cada proyecto sea un mundo nuevo para explorar nuevos territorios creativos. Para el diseñador es también un trabajo que puede proporcionarle gran exposición pública. En los años setenta y ochenta, diseñadores como Mark Farrow o Hipgnosys alcanzan el rango de estrellas gracias a su trabajo con grupos como Pink Floyd, Pet Shop Boys o Led Zeppelin.

Algunas obras consideradas como míticas, deben gran parte de esta calificación a sus portadas. Tal es el caso de "Sgt. Peppers" de los Beatles, "Sticky fingers" de los Rolling Stones o "The Wall" de Pink Floyd. (Ver Fig. 20)

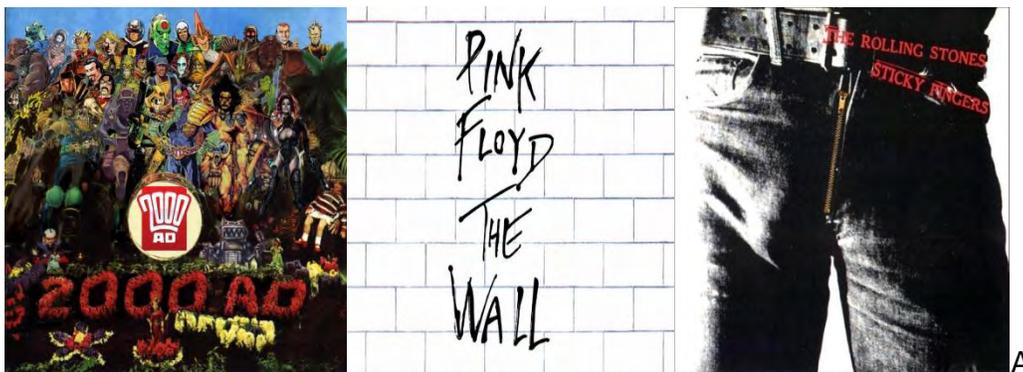


Fig. 20. Portadas de álbums. "Sgt. Peppers" de los Beatles,(izq.) "Sticky fingers" de los Rolling Stones. (der.). "The Wall" de Pink Floyd. (Centro)(Fuente: Internet. D.R.A.)

En Colombia, varias agrupaciones de la ola alternativa han comprendido al diseño como una herramienta que puede potenciar sus propuestas musicales y hacerlas más atractivas antes, durante y después de un show en vivo. Se han diseñado excelentes caratulas para los cd's, posters y toda clase de productos gráficos, entre las propuestas de buen manejo se encuentra además de una enorme creatividad y concepto, una gran particularidad: "Diferenciarse". Las agrupaciones que han logrado trascender ha sido porque son distintas, únicas y tienen ese valor agregado colombiano que ha empezado a seducir los oídos y los ojos de los espectadores fuera de nuestro país, el principal reto será pues, mantenerse, reinterpretarse, evolucionar y seguir creando a pesar de las adversidades que conlleva el hacer autogestión.

**7.3.2.1. El diseño de "el baile de los obligaditos" un proyecto asociativo entre la música, el diseño y las artes plásticas.** El primer trabajo discográfico de Bambarabanda, "El Baile de los Obligaditos" fue un trabajo liderado por el diseñador industrial José Argotti B. y conto con un equipo de trabajo compuesto así: Concepto: Maestra Libia Velásquez, Maestra Carolina Ponce, Maestro Juan Cano, Licenciado Yeimy Argotty, Fotografía: Carolina Ponce, Juan Cano, José

Argotty. La realización grafica incluyo materiales como Cd's / digipack / librillo en propal cote full color, y el proceso de prensaje se hizo en la empresa disonex quien lo imprimió. Para el diseño del disco se decide innovar y dejar de lado los lineamientos de diseño de caratulas colombianas convencionales, para hacer un énfasis en referentes gráficos locales, conjugados con algunos recursos visuales universales, potenciando la esencia de la agrupación a partir de sus raíces y contexto sociocultural. Para la consolidación del trabajo de diseño grafico del álbum "EL BAILE DE LOS OBLIGADITOS". Erupción de colores, se trazaron unas directrices organizativas que aportaron mucho a llevar la idea final a la realidad:

**I INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL CONCEPTO:** Se reúnen varios integrantes de la agrupación a pensar visualmente cada una de las canciones, como sintetizarlas gráficamente y que recursos visuales se podrían utilizar. Se definen referentes, técnicas y procesos a seguir ya sean por medio de la fotografía, el collage o el manejo de vectores. El propósito es diseñar el disco a partir de las raíces culturales y un inconfundible sabor a San Juan de Pasto. El proceso para llegar a consolidar una estética alrededor de la música, es más difícil de lo que parece, pues, cuando se tiene una canción, que no es más que una síntesis de diversas sensaciones creadas, el lenguaje sonoro puede ser interpretado en 1 o más minutos que dura una canción, mientras que la síntesis del lenguaje estético únicamente suele tener lo que dura un parpadeo de la retina para llegar al usuario, lo que lo convierte en un reto bastante particular y único. "En el proceso creativo (de imagen) he tratado y he buscado como de sintetizar también visualmente lo que la banda hace con la música...lo que estoy tratando de buscar digamos en la parte gráfica de la Bambarabanda, es ya hacer cosas un poco, con más significado que forma, como que el valor conceptual comunique más que incluso la misma forma." (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**PRUEBAS E IMPRESIÓN:** El álbum termina siendo un collage que logra sintetizar cada una de las canciones. Se hacen algunas pruebas de impresión para corregir errores y su posterior prensaje e impresión de los discos en Disonex, empresa fonográfica del País.

**DISTRIBUCIÓN Y MARKETING:** Después del lanzamiento, el trabajo discográfico empieza a llamar la atención de los medios y el movimiento alternativo existente al interior del país, y a generarse otras alternativas para ampliar la oferta de productos de Bambarabanda. (Ver fig. 21)



*Fig. 21. Afiche lanzamiento del primer disco de Bambarabanda: “El baile de los obligaditos”(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

El diseño en este proyecto ha sido fundamental. A través de la asociatividad se lograron conjugar lo visual con lo musical, sus integrantes así lo comprendieron y encaminaron a “El Baile de los Obligaditos” como el primer paso para el comienzo de la promoción y el posicionamiento. Se aprendió a presentar de forma impecable los productos de la agrupación, como la principal carta de presentación para posibles participaciones en festivales, eventos culturales, promotores y usuarios. (Ver Fig. 21).

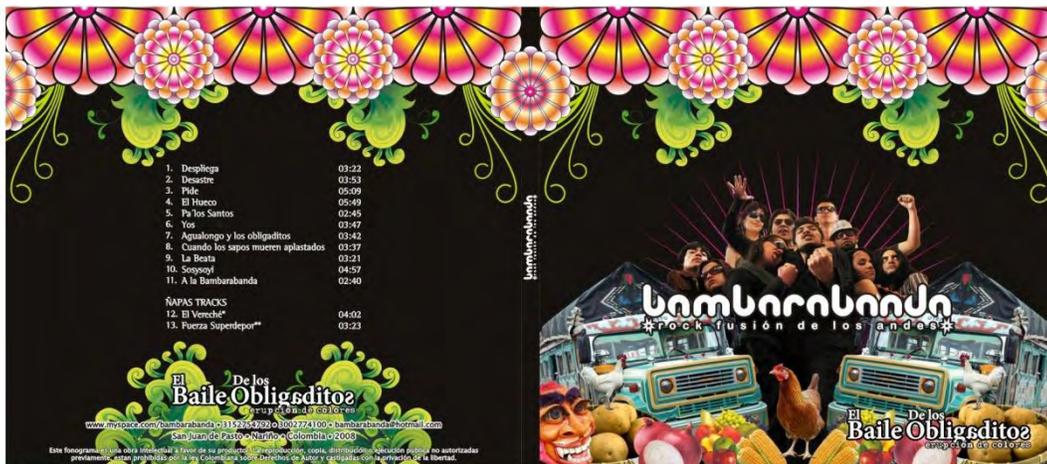


Fig. 22. Imágenes del diseño del disco "El baile de los obligaditos. (2008). (Fuente: archivo fotográfico Bambarabanda)

De esa manera se ha crecido abriendo nuevos espacios de comunicación entre la agrupación y los fanáticos del grupo, ampliando la gama de productos y la presencia en los medios web y redes sociales, siendo estos manejados con criterio profesional, conceptual y visual. Así empieza a proyectarse a la agrupación a mercados nacionales, abrir las puertas desde perspectivas musicales, graficas, escénicas, culturales y visuales, posicionando marca y haciendo parte de las bandas del circuito de la ola alternativa de Colombia: nuevos adeptos, crecimiento en ventas, contrataciones e invitaciones a showcases de Colombia, Ecuador y Estados UNidos. Todo gracias a un proceso asociativo a partir de la música, el diseño y las artes plásticas. Puntualmente el trabajo gráfico de El Baile de los

Obligaditos en el 2010 fue seleccionado por curaduría para ser expuesto en el Museo Nacional de Colombia como una de las piezas de la exposición **LAS HISTORIAS DE UN GRITO, 200 AÑOS DE SER COLOMBIANOS**, siendo además galardonado como **MEJOR ARTE DE UN DISCO, PREMIOS SUBTERRÁNICA COLOMBIA 2011**.

**7.3.2.2. Bambarabanda y la puesta en escena.** El asumir los riesgos venturosos de la propuesta musical de “Bambarabanda”, exige también proyectar una escena igualmente arriesgada en cuanto a su concepto, pues existe un vínculo estrecho entre la música y el aspecto visual que los conjuga.



*Fig. 23. Bambarabanda en el festival Iberoamericano de teatro.(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

Ejemplo de esto es la puesta en escena de canciones como “Vereché”, “Sur”, “Limpia bambarita”, “Agualongo y los obligaditos”; “Pa los santos”, “Aromas de carnaval”, que en su concepto musical fusionan elementos de la música andina nariñense con otros más “contemporáneos” como el rock; de esta forma el vestuario utilizado por cada uno de sus integrantes evoca los ritmos de la región del sur de Colombia y otros más universales y urbanos como el rock, hip-hop, el punk, el ska, el jazz, etc., empleando colores diversos y llamativos, diseños que reúnen piezas entre la urbe y lo rural. (Ver Fig. 23).



Fig. 24. Bambarabanda en el festival Iberoamericano de teatro. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

El tiempo y el espacio donde se realice el show, incide directamente en el acto, haciéndolo único e irreplicable, arte efímero. Decir por medio de imágenes lo que relatan las canciones, reafirma de una manera concreta su sentido e intención, encontrando la vocación de las mismas; para ello es necesario desarrollar un proceso de experimentación, inspiración y búsqueda que conllevan a una expresión corporal propia, donde el motivo primordial es compartir por ejemplo una fiesta campesina, donde se invite al público a participar de ella o trabajar con el orgullo y la nostalgia a partir de sensaciones del arte ancestral. (Ver Fig. 24) “Durante todos estos años ha sido una permanente búsqueda y siempre hemos estado influenciados por la parte teatral, porque algunos de los integrantes y además la BBB, en sus inicios tenía que ver directamente con el teatro, porque musicalizaba obras de teatro y algunos de los integrantes también hemos trabajado como actores en varias de las obras, entonces durante todos estos años, ha sido un proceso y una búsqueda constante la puesta en escena y creo que es una parte importante también porque afianza el estilo musical que tiene la banda o sea la parte visual es muy importante dentro de la BBB, entonces para crear una puesta en escena, hasta el momento han surgido cosas por canción y también nos damos chance en los ensayos de jugar un poco y si se nos ocurre algo chévere, algo bacano, pues lo vamos retomando, para ya marcar cosas básicas dentro de una canción y también trabajamos nosotros una presencia escénica, las cosas más importantes, para hacer una puesta en escena general”. (Ponce, carolina. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Decir por medio de imágenes lo que relatan las canciones, reafirma de una manera concreta su sentido e intención, encontrando la vocación de las mismas, para ello es necesario desarrollar un proceso de experimentación, inspiración y búsqueda que conllevan a una expresión corporal apropiada, donde el motivo primordial es compartir por ejemplo una fiesta campesina, donde se invite al

público a participar de ella o trabajar con el orgullo y la nostalgia a partir de sensaciones del arte ancestral. Para esto es esencial la búsqueda de una conexión y el contagio de lo que se quiere expresar: la alegría de la fiesta campesina; la energía del carnaval, la admiración por la tierra y la identidad, invitando a conocer y comprender el contexto geográfico del que habla la canción, rememorando los sentires ancestrales, las costumbres, por medio de la lírica expuesta. “Bueno un concierto de Bambarabanda no es un concierto común y corriente porque la mayoría de músicos no nos preocupamos por hacer montaje escénico en cuanto a la música, de pronto algo o muy poco de expresión corporal, pero la Bambarabanda si junta elementos teatrales, elementos musicales, elementos visuales, que hacen que a nivel de producción los conciertos de la Bambarabanda marquen la diferencia, los catalogo entonces cómo un conglomerado de partes artísticas ó un conglomerado de ciertas artes en una fusión para mostrarle al público una manera diferente ¿no? Más teatralizada la música, lo cual transporta más fácil al oyente a visualizar lo que pasa ahí dentro de la canción”. (Cadena Silva Juan Carlos. 2011. Ver entrevista. Anexo). Para que esto se lleve a cabo, es necesario asumir la puesta en escena con la misma disciplina que requiere el teatro y la expresión corporal, por lo cual es conveniente realizar ensayos sin música para apropiarse de las técnicas teatrales y con música para aplicarlas. (Ver Fig. 25). “Obviamente que la Bambarabanda como su formación fue alterna a un proceso teatral también con ACTO UNICO TEATRO, montamos varias obras tenía la experiencia de la escena, de la improvisación, del trabajo de laboratorio. De investigar sobre STANISLAVSKY, de GROTOWSKY (autores e investigadores dramáticos), a varios autores y trabajar y hacer puestas en escena, entonces fueron varias obras en donde actuaban algunos músicos y también hacían la música para las obras, así fue surgiendo la puesta en escena, pero obviamente mi trabajo no es precisamente poner en escena un determinado patrón, o unas determinadas pautas de acción en el escenario, eso más bien lo hacen ellos, con cada una de las canciones y con cada una de las composiciones, pero si existe una influencia teatral y un trabajo teatral de muchos años “ (Santacruz, Jose Alberto. 2011. Ver entrevista. Anexo).



Fig. 25. Bambarabanda en un ensayo escénico. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

De otra manera no podía ser, puesto que el teatro es una disciplina de las artes que requiere del mismo respeto que la música. El músico y compositor Edson Velandia, exploró el teatro con sus agrupaciones durante mucho tiempo. El expone así su criterio: “Respecto a la puesta en escena y yo explore tanto con “Cabuya” (Agrupación alternativa) la puesta en escena y luego con Velandia y la Tigra, que llegue a un punto en que me saturó, el hecho de pensársela la cosa teatralmente, entonces siento que es muy delicado hacer eso. Que es muy riesgoso, arriesgarse a hacer eso es tremendo, es de dedicarse tanto como se dedica uno a los arreglos musicales y que ya no sabría yo que pensar ahí y tengo una reacción ahí, ante lo teatral, precisamente por lo que especulé, entonces luego me di cuenta que lo que me gane del teatro yo y lo que puedo apreciar en los otros grupos, importante en teatro es la presencia escénica, como uno se para ahí, eso el teatro le da a uno todo ese bagaje para saber estar ahí y saber estar con los otros cierto? Y saber estar con el público y entender esa cámara, eso es lo que siento que el teatro le pueda aportar mucho a la banda, ya luego la puesta en escena, u lo que le diga, de varones y de hembras, con huevos y ovarios metérsele a eso (risas)” (Edson Velandia. 2011. Ver entrevista. Anexo).



*Fig.26. Montaje escénico. Bambarabanda 10 años. Teatro Imperial. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).*

La marcación teatral en tarima requiere entonces de organización y dirección. Bambarabanda así lo ha entendido y a diseñado por ejemplo guiones o libretos que son necesarios en las presentaciones. (Ver guion escénico “Bambarabanda 10 años”. Anexo). “Para el lanzamiento del primer CD, hicimos un guión, y cada canción ya tenía unas marcaciones, pero sí hicimos un guión para específicamente esa puesta en escena. Creo que para ROCK AL PARQUE también otro montaje, depende del evento pues hacemos un guión. Pero de todas formas cada una de las canciones ya tiene algo definido” (Ponce, Carolina. 2011. Ver entrevista. Anexo).

La música alternativa entonces apunta necesariamente al sincretismo de sensaciones y aptitudes artísticas más allá de sí misma, fundiendo en su concepto muchas relaciones expresivas como el teatro, lo coreográfico, la imagen y la estética. “La Bambarabanda tiene conciertos de conciertos, yo he visto los conciertos flamantes en el teatro Imperial, con todo el montaje, con toda la puesta en escena, con todo lo que hace la Bambarabanda, es que la Bambarabanda es a mi juicio el 50% teatro y el 50% es música o sea la puesta en escena que resulta de esta” (Obando Arturo. 2011. Ver entrevista. Anexo).

El diseño escenográfico y la teatralidad, refuerzan el discurso eficazmente. (Ver Figs. 26 -27) “el diseño concreto de la puesta en escena se logra después de conocer que en un escenario una interacción con el público es también un fenómeno visual, aparte de lo musical también es un fenómeno visual, entonces lo

que uno canta tiene que ser real verdadero y si ese cantar es a veces, de humor, a veces de tragedia, a veces de dolor, a veces de fiesta, tiene que también verse reflejado entonces allí surgen las posibilidades para construir vestuario, para construir maquillaje, gesticulación, movimientos, en fin todo lo que constituye una puesta en escena”. (Santacruz, Jose Alberto. 2011. Ver entrevista. Anexo).



*Fig. 27. Montaje escénico. Bambarabanda 10 años. Teatro Imperial. Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).*

**7.3.2.3. La apuesta visual al escenario / el vj o video jockey.** El término videojockey o VJ se aplica a aquellos creadores que generan sesiones visuales mezclando en directo loops de video con música u otro tipo de acción. En pocas palabras es el acto de mezclar video en vivo. Su origen se encuentra en los clubs de baile de la década de 1980, en los que el videojockey mezclaba sus loops de video al ritmo de la música mezclada por el Dj. Actualmente y fuera de su marco nativo, puramente lúdico y underground, el campo de actuación de un VJ no se limita a los clubs, extendiéndose a conciertos, publicidad, eventos públicos, presentaciones, televisión, entre otros, incluso ahora encontramos que el vj gracias a su aporte visual en escenario, se ha ganado el puesto para ser un miembro más de las agrupaciones musicales, como en el caso de Bambarabanda. “Pues, en mi caso yo también he tratado de aportar ahí mi granito de arena en la parte estética del grupo, con el perfil profesional que yo tengo que es diseñador, hay bandas que de pronto no son musicalmente tan ricas o de tan buen gusto para la gente pero que impactan por su puesta en escena, por el performance que manejan, por el concepto estético que representan pues cuando están encima de una tarima y entonces siendo así me parece que pues la BBB es como de las bandas fuertes en ese sentido aquí en este país o sea que tiene como una puesta en escena clara, un concepto estético digamos claro y muy versátil y me parece que con el pasar de los años, pues cada día se va a ir consolidando más esta puesta en escena, así como poco a poco se ha ido consolidando también la música”. (Jose Argotti. 2011. Ver entrevista. Anexo).



Fig.28. Bambarabanda en Popayán. VJ en escena. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).

El vj, en escena ha sido una herramienta importante con la que cuenta Bambarabanda desde hace aproximadamente 4 años. (Ver Fig. 28 – 29 – 30). Las imágenes que se proyectan refuerzan el contexto estético de las canciones, convirtiendo las experiencias artísticas en multimediales, y entrando en la vanguardia de los grupos alternativos en el mundo. En la actualidad los grandes festivales como rock al parque y algunos no menos importantes pero muy significativos como el festival Bandola, ofrecen a sus artistas el Rider necesario para trabajar con vj.



Fig. 29. Bambarabanda en el carnaval de Pasto 2010. Vj en escena. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).

En Colombia dentro de la escena alternativa las que iniciaron incluyendo sets de video en vivo fueron las agrupaciones Aterciopelados y La 33, posteriormente Systema Solar, Bomba Estéreo, Superlitio, Radio Rebelde, Bambarabanda, entre otras, quienes han comprendido a esta herramienta como un medio comunicador directo entre el público y la banda, además de una forma de innovar reforzando el mensaje y contenido conceptual de cada agrupación. (<http://www.abcsaladillo.com.ar>).



*Fig. 30. Bambarabanda en el museo nacional. Bogotá, 2011. . (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda).*

**7.3.2.4. Diseño de vestuario.** El diseño de vestuario es una de las características que identifican a las agrupaciones alternativas en Colombia y el mundo. En el caso de Bambarabanda, la experiencia es una influencia con el sentir y el concepto musical. En principio, se fueron adoptando elementos que poco a poco fueron adquiriendo un valor que identifica a la banda, como los “cunches”, que son faldas de colores muy llamativos, tejidos a mano, usados debajo de las faldas o follados por las mujeres campesinas de la region Nariñense. Junto a él, el maquillaje cobra cada vez más importancia para fortalecer la teatralidad y la expresión conjunta de la banda y la fusión musical.



Figs.31 Diseños de vestuario de Claudia Guerrero “Astrolabio” para los integrantes de “Bambarabanda”, 2008. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

La riqueza y el color de la manufactura indígena y campesina se integraron fusionándose con lo urbana, buscando así una integralidad estética que poco a poco se fue complementando con los saberes de distintas profesionales en el diseño como las diseñadoras Claudia Guerrero y Diana Oliva. (Ver Figs. 31) La diseñadora Alejandra Ordoñez, quien trabajo en el concepto y diseño del vestuario de Bambarabanda en la celebración de los 10 años de vida artística afirma: “Lo importante en la Bambarabanda es que le da a uno como diseñador la posibilidad de proponer lo que uno quiera, son muy variados, hay mucha propuesta desde lo

musical, desde la escena, entonces fue un trabajo bastante enriquecedor para mí como diseñadora y creo que para la agrupación también” (Alejandra Ordoñez. 2011. Ver entrevista. Anexo).

## **7.4. DINAMICAS DE CONSUMO CULTURAL.**

**7.4.1. El estado de los medios de comunicación.** Es importante saber que los medios de comunicación son herramientas muy valiosas a la hora de promocionar y difundir la música, y a pesar que en algunas ocasiones, sus objetivos obedecen simplemente al interés económico y al mercado, también existen muchos que favorecen el surgimiento y posicionamiento de las músicas alternativas. De todos modos no se puede negar que muchos periodistas que cubren esta información, se caracterizan por la poca preparación e interés por conocer e investigar y si a esto se suma que el prototipo del periodista del entretenimiento es aquel que venden los noticieros de televisión en las conocidas secciones de farándula, el horizonte no deja de ser preocupante. Igual sucede con la utilización de las herramientas de internet. Muchos por ejemplo se atreven a realizar notas de espectáculo simplemente con comentarios a través de facebook o twitter, e incluso hablan de eventos o festivales sin haber estado en ellos. El papel del periodista del espectáculo debe ir más allá. Puesto que la dinámica de las músicas urbanas alternativas está en etapa de nacimiento, es necesario un periodismo investigativo, que conozca e indague el lenguaje de estas músicas y a la vez se comprometa con la función social de proyectar la música de manera ética y responsable. “En Colombia pasa eso y lo peor es que lo permitimos. Estas cosas le dan pie a fenómenos culturales que destruyen la escena. Con la apertura de la Internet, cada persona tiene la posibilidad de opinar en los llamados “Foros”, pero el ejercicio periodístico tiene que ser más responsable aún. Algunos creen que todo lo que está escrito es verdad y emiten opiniones basados en los artículos o simplemente en su ideología moral sin antes ni siquiera investigar sobre el tema del que hablan. Es por eso que el periodista cultural además de ser un comunicador, debe conocer el ámbito en el que se mueve y participar en él” (Szarruk Felipe, 2011).

En el caso de la ciudad de Pasto concretamente, el papel de los medios respecto a la música urbana alternativa se encuentra en un nivel muy incipiente, pues no existen medios donde los artistas puedan hacer circular y difundir su música. Existe la inquietud por producir, por crear música, pero desafortunadamente las agrupaciones no han hecho un llamado a los medios para crear sus espacios de difusión, por esta razón, la música se estanca, no circula como debe ser. “...digamos que el punto más fuerte del circuito de la música urbana alternativa independiente de Pasto, es la música misma de las bandas, pero siento que los otros actores del circuito de la música que son medios de comunicación alternativos, ... como que está muy en pañales en el buen sentido, si o no, que

digamos, ahí, si esas son las audiciones del Galeras Rock, que es el festival de Pasto, tienen que haber medios independientes por ahí, si o no, creo que vi un medio y ya ... pero si debe existir una misión de los grupos en hacer ese llamado, porque si no lo van a hacer, finalmente son, pues donde van a circular la música, quien va a hablar de nuestra música, si no empezamos a generar dialogo y discusión sobre nuestra música hoy, va a ser muy difícil que en 10 años o en 5 años, alguna gente, por ejemplo los medios de comunicación, hablen con propiedad, reseñen los discos con propiedad, hable de video clips con propiedad porque es un proceso de formación y de escuela también, la música ya lo ha hecho, pero esos otros actores creo que hay que trasladarles ese potencial, entonces eso también digamos, desde las audiciones percibo” ( Arango, Santiago. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**7.4.2. La participación con el público.** En la actualidad, el público musical tiene nuevas necesidades, y goza de dinámica propia.



*Fig. 32. Publico de Bambarabanda en "Rock al parque". 2009. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

Si bien la música comercial sigue marcando una poderosa influencia a través de la radio y la tv, también se vislumbran claras muestras de agotamiento. Igual sucede con la música “cultura” que en la actualidad pasa por un proceso donde cada vez el público es más escaso. “La gran cuestión para la música “cultura” es cómo sobrevivir en un espacio donde cada vez es predomina con más fuerza la música popular. Al parecer, solo algunos sectores de la población, han permanecido fieles a ella. “Sólo las élites culturales, las nuevas clases medias, parecen entender este tipo de música que en 100 años no ha renovado su base social. Y ya hay síntomas de agotamiento de este paradigma estético y musical en los conservatorios y los auditorio” (Noya, Ignacio, 2011). La música urbano alternativa representa precisamente esa propuesta que no ofrecen las demás músicas, invitando a un discurso fresco y genuino que lo comercial no puede ofrecer, en un mundo musical donde muchos grupos suenan igual en cada género y no se reinventan ni buscan modificar sus estructuras en lo más mínimo. (Ver Fig. 32)

Es importante destacar que a la par con los festivales en el País, el público urbano alternativo participa de otras maneras en el consumo: compra de música (cds, ringtones, audios a través de descargas,); productos (camisetas, afiches, postales, botones, souvenirs); puesto que en una sociedad capitalista, los proyectos deben obligatoriamente buscar sostenerse de alguna forma. Se trata entonces de aprovechar a favor las estrategias de mercado de la cultura económica. El mercado de la música está representado por el público y el conjunto de las necesidades que este requiere. Necesidades que trascienden lo meramente musical, pues se despierta el interés de identificarse con las agrupaciones y expresar libremente ese sentir.



Fig. 33. Productos alternos a la música. Souvenirs. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

La gente no solo desea adquirir entradas a conciertos, también se interesa por los productos comerciales que promueven la imagen de la agrupación, como afiches, botones, postales, camisetas, llaveros y demás. (Ver Figs. 33 – 34). Este tipo de intereses favorecen mucho la proyección estética y económica de las agrupaciones, pues ayudan a organizar y consolidar financieramente el proyecto. Ver fig.



Fig. 34. Productos alternos a la música. Souvenirs. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

En este sentido, es relevante afirmar que para que una agrupación musical pueda tener una buena proyección nacional e internacional en cuanto a público dispuesto

a escuchar e invertir en su producto musical, debe partir de ofrecer un producto que definitivamente interese al público, y que además logre alrededor de este formar un número significativo de seguidores o fans que puedan ser la base o soporte de su emprendimiento. “ tienen que tener en cuenta primero que todo, que lo que hagan le interese al público, eso es lo fundamental o sea no es mirarse a sí mismos sino que poner su producto a consideración del público, ese es como el factor principal, segundo es crear un soporte, el soporte de su producto es generalmente también el público, entonces si uno tiene el soporte pequeño, la cantidad de público pequeña, la base de su producto es muy pequeña, es agrandar la base de su producto, es agrandar la base de su producto tiene en su entorno, su familia, sus amigos, su región, su ciudad, su departamento, cuando uno va creciendo eso, va agrandando el soporte, entonces su región es la base del artista, entonces si se parte es de ahí es la manera para mí de hacer correcta la carrera, si uno pretende brincar, claro que hay muchas veces gente que les ha funcionado irse para otro país o algo así generalmente esas carreras también suelen ser efímeras porque no hay un soporte que saque la cara por uno, o sea una región en una familia es muy importante, nadie mejor para acompañarlo a uno en las malas que la familia y eso también aplica para la carrera del artista entonces si uno parte desde ahí es digamos la forma correcta de empezar una carrera, si usted tiene la base va a poder sostenerse por mucho tiempo” ( Mosquera Julián. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**7.4.2.1. Promoción en internet.** A partir de la llegada del Internet y su acelerado crecimiento, empezaron a surgir nuevas formas de comunicación, de difusión y de negociación. La música alternativa no está exenta de ello y se ha combinado magistralmente con esta potente herramienta. “Hoy en día la manera de difundir y de comercializar la música es totalmente distinta a la forma en que se comercializaba la música hace 5 o 10 años atrás pues, el internet ha desatado como una ola bien importante y tambien, bien accesible pues para las personas para poder adquirir la música, entonces ahora encontramos que es mucho más valido digamos hacer un disco para montarlo en internet y venderlo como MP3, que vender el disco físico, sí el disco físico, o sea el Cd físico con su empaque y toda la parafernalia pues que eso implica, sin embargo a pesar de todo esto el tener el Cd, para algunas personas significa como un apego material pues a los grupos o sea eso no está del todo desfasado, pero el mercadeo ahora se mueve es por internet” (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo). Ahora existen dos formas generalizadas de difusión de música por internet: la audición en línea (streaming) y la descarga al disco duro (download). El streaming consiste en enviar desde un servidor música al ordenador del usuario que la solicita y tan solo permite escucharla en línea pero no guardarla en el computador, es como una emisora de radio por internet. Por ejemplo la canción “H. obrero” primer sencillo del segundo trabajo de Bambarabanda, se encuentra en la página de la revista Shock y en radionica desde donde el usuario puede escuchar, mas no bajar la

canción. <http://shock.com.co/audios/audioshock-bambarabanda-hp-obrero>. (Ver Fig. 35).



Fig. 35 Bambarabanda en Radionica. (Radio internet). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

La descarga de música en internet, a diferencia de la anterior, permite guardar la música en el disco duro, ya sea por medio de la descarga gratuita o venta on line. La gran ventaja respecto a la distribución off line (la que se lleva a cabo en tiendas físicas con la venta de cds), es que en la venta on line, el comprador puede seleccionar libremente las canciones que le gustan de un álbum y no se le obliga a comprarlo completo, puesto que estas webs de música permiten la audición de fragmentos de 30 segundos por canción.

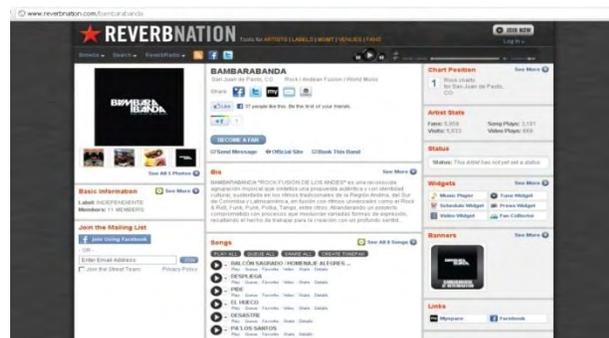


Fig 36. Bambarabanda en REVERBNATION. (Fuente. Archivo fotográfico Bambarabanda).

También es importante mencionar a plataformas como MySpace, Facebook, iLike, YouTube y VEVO que se han convertido en grandes referentes para el marketing y la comunicación de la industria musical en Internet. Sin embargo, de cara al desarrollo de las estrategias de promoción, de venta de material promocional, de seguimiento y emisión de licencias, o de publicidad por parte de los artistas, recientemente han surgido nuevas y poderosas herramientas digitales que favorecen el modelo del hágalo usted mismo (do it yourself, DIY), como Sonicbids,

CD Baby, Topspin, ReverbNation, Rumblefish, FanBridge y Nimbit, entre otras. (Ver fig.36 )

Hay agrupaciones que desde sus inicios, prefieren arriesgarse un poco más e invertir en el diseño y dominio de su propia web, donde permiten escuchar su propuesta musical, descargas mp3, publican sus epk (electronic press kit), videos y demás información de interés tanto para sus seguidores como para empresarios interesados.



*Fig. 37. Agrupación alternativa: Velandia y la tigre.*

Aun así, existen agrupaciones como es el caso particular de Velandia y la tigre. (Ver Fig. 37). Una agrupación liderada por Edson Velandia, que personifica la música independiente de una manera increíble, pues, con creatividad y un extraordinario talento, han logrado posicionarse como una de las mejores bandas alternativas en Colombia según la revista Shock. Para Edson, la música debe hacerse de manera natural, sin pretensiones, y sustentada únicamente en el talento de ingenio artístico: “Casi que todos los productos, audiovisuales, todos los trabajos audiovisuales que hacemos, los hacemos directamente para you tube, nunca pensado en llegar a ningún canal, nunca pensamos en eso, ni consideramos llegar a ninguna emisora, sino que siempre hemos hecho la música pensando en el concierto. Siempre en el concierto, siempre la venta de los discos es en el concierto, siempre todo el mercado de la banda se mueve a través del concierto y eso es como una, un concepto muy a la antigua, muy a lo artesano, muy a lo Juglar que el músico va tocando y lleva, todo lo que hay que tiene lo lleva consigo. Entonces eso ha sido y nunca nos hemos preocupado porque eso se venda, ni porque tenga un boom, ni por que tenga más ingresos, ni porque la banda se cotice, nada de ese tipo de cosas, sino que lo más básico del oficio nuestro de músico que es componer, tocar y el que trabaja no coma paja: la ley de la música independiente. (Velandia, Edson. 2011. Ver entrevista. Anexo). La música de Velandia y la tigre se reinventa en cada disco, se transforma y evoluciona con una rapidez y una eficacia sorprendente. “Bueno alternativas interesantes me parecen por ejemplo las de VELANDIA Y LA TIGRA.... Se

reinventan en cada disco, en cada canción incluso, eso me parece que es como una propuesta alternativa de verdad”. (Perilla, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

#### 7.4.2.1. La Supervivencia digital:



Fig. 38. Agrupaciones urbano alternativas de Colombia. Bomba stereo. (Arriba, izq). La 33 (arriba, der).  
(Fuente: Internet. D.R.A.)

Las agrupaciones de la primera ola contemporánea de las llamadas Nuevas Músicas Colombianas surgidas coincidentalmente entre el 2.000 y 2.003 como La 33, Bomba Estereo, Chocquibtown, Superlitio, Systema Solar, Malalma, La Revuelta, Puerto Candalaria, La Mojarra Eléctrica, Skampida, Velandia y la Tigra y Bambarabanda, han posicionado sus proyectos tomando en cuenta los múltiples beneficios que brinda internet para difusión y promoción. (Ver figs.) En su mayoría tienen dominios propios en internet, alianzas estratégicas con medios on line de radio, prensa y televisión, ventas y marketing on line, como también gran presencia efectiva en redes sociales e importantes festivales Nacionales e Internacionales, haciendo poco a poco una fanaticada que va sumándose a la alternatividad.



Fig. 39. Agrupaciones urbanas alternativas de Colombia. Systema solar (abajo, izq. ) La mojarra eléctrica (Abajo, der.). (Fuente: Internet. D.R.A.)

“Bueno digamos que la movida musical hoy en día, ha tenido como una evolución también muy grande gracias al INTERNET, entonces hoy en día pues, la gente puede participar de lo que hace la Bambarabanda por medio de los conciertos obviamente en vivo y todo ese cuento pues de la producción y también por medio de la WEB, entonces la gente está pendiente por las redes sociales como el facebook, twitter, también revisando algunos videos en you tube, en el my space, en la reverbnation, en blogger o sea todas esas redes sociales les permiten pues a las personas como tener un contacto indirecto pero real, con la Bambarabanda, un contacto real porque quienes publican, quienes suben, quienes están pendientes del manejo de esos medios, somos nosotros, entonces es una de las armas que se ha aprendido a manejar y que poco a poco, digamos se va consolidando su manejo”. (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

**Hacia las descargas gratuitas:** La música dentro de sus finalidades comerciales o alternativas, va evolucionando y adaptándose al servicio del usuario y las nuevas tecnologías, para ofrecer respuestas inmediatas y ofertas contundentes al mercado “uno compra por internet, hace los contactos, consigue los conciertos, arma giras, difunde un video que no lo puedes difundir en MTV difundes una canción que no la vas a poder difundir en Tropicana, que no la puedes difundir en las emisoras convencionales, que son emisoras que difunden puro mainstream, pura conveniencia y pura música digamos indigesta, pues que indigesta que llena, que es saturadora, que la escuchas todos los días, en una y en otra emisora y que inclusive pagan por hacer “pegar” canciones, entonces esos medios digamos que con el tiempo están perdiendo muchísima fuerza” (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Una de las propuestas más controversiales respecto a la forma de difundir la música urbano alternativa la hizo la agrupación Inglesa Radiohead, quienes anunciaron que su próximo disco no sería publicado por ninguna casa discográfica, ni distribuido por ninguna tienda de música online. (Ver Fig. 36)

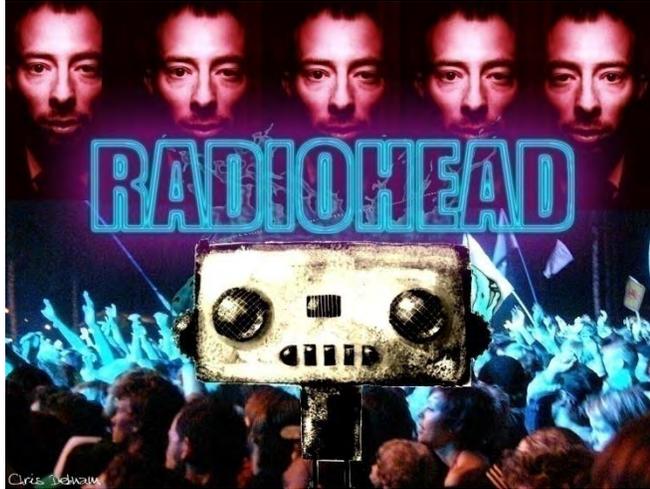


Fig. 40 "Radiohead". Banda británica de música urbana alternativa. (Fuente: Internet. D.R.A.)

En su lugar, los seguidores podrían descargarlo en formato digital en la página web del grupo y pagarán por él, el precio que crean conveniente. Si quieren, dos meses más tarde podrán adquirir una edición de lujo con un disco extra y dos vinilos por unos 57 euros, también en la misma página. Radiohead es el primer grupo de los llamados de primera división en hacer la apuesta, la apuesta que muchos esperaban y otros temían. Su propuesta es más inteligente de lo que parece. Su disco llegará a las redes al mismo tiempo que a la calle y cualquiera que quiera descargarlo gratis podrá hacerlo sin ayuda de la banda. Con este gesto, Radiohead da un voto de confianza a sus fans (en lugar de llamarles piratas y llevarles a juicio como hacen otros). Así, en estos nuevos escenarios ganan los artistas y el público, mientras que las discográficas huyen hacia atrás y financian campañas engañosas sobre la piratería y la defensa del monopolio de la distribución.

**Las redes sociales y su aporte en la difusión de las músicas.** Las plataformas como MySpace, Facebook, iLike, YouTube y VEVO se han convertido en grandes referentes para el marketing y la comunicación de la industria musical en Internet. Edson Velandia responde así sobre su posicionamiento en internet: "Lo hacemos de una manera muy simple y es agarrándonos del INTERNET mucho, de las páginas de facebook, sobre todo el facebook, no hemos entrado mucho en el twitter, no hemos aprovechado la página web, website, no. Nos ha faltado eso digamos, pero hemos aprovechado mucho la difusión que se puede hacer a través de facebook y a través de you tube". (Velandia, Edson. 2011. Ver entrevista. Anexo).

¿Qué tienen las redes sociales que prácticamente la gran mayoría de los sectores de la economía sienten la necesidad de decir algo a través de estas plataformas

de comunicación? La respuesta es que todo el mundo está ahí, son millones de usuarios en todos los países. Se vive en un periodo de expansión para sistemas como Tuenti (donde están TODOS los nativos digitales) y Facebook (donde está todo internauta, ya sea por ocio o por un perfil profesional), donde el usuario, sus recomendaciones y sus acciones están por encima de los contenidos y donde sectores como el de la música (en especial en MySpace) están encontrando posibles soluciones a viejos y odiosos problemas.

La piratería y el intercambio libre de contenidos a través de las redes p2p, se ha convertido durante estos últimos años en uno de los problemas más graves de la industria musical, o más bien el no saber cómo encarar y adaptarse a estos nuevos e impactantes fenómenos sociales de la forma más adecuada. Las ventas globales de música caen hasta un 10% durante el 2009, pero se escucha más música que nunca, los artistas tratan de maximizar sus beneficios recurriendo al fenómeno fan en su máxima expresión mediante conciertos, discos especiales que incluyen vídeos y un sinfín de extras producidos por la mercadotecnia que antaño quedaban lejos de la música, quién mejor se adapte a las ventajas de los nuevos canales de promoción online sobrevivirá con éxito.

A continuación se describen algunas de las redes sociales más utilizadas por las agrupaciones musicales independientes y su finalidad dentro de la música alternativa.

- **Myspace**

El sitio por excelencia de los creadores musicales llegó a sumar 200 millones de usuarios en 2007 y se ha convertido en el instrumento de promoción más accesible para los grupos independientes. Su facilidad para interactuar y difundir el trabajo de los artistas ofrece la posibilidad de crear perfiles tan completos que se pueden crear blogs, fotos, audio y videos en el mismo lugar, por lo que en algunos casos se ha convertido en el sitio oficial de algunos artistas. [www.myspace.com/bambarabanda](http://www.myspace.com/bambarabanda). (Ver Fig. 37).

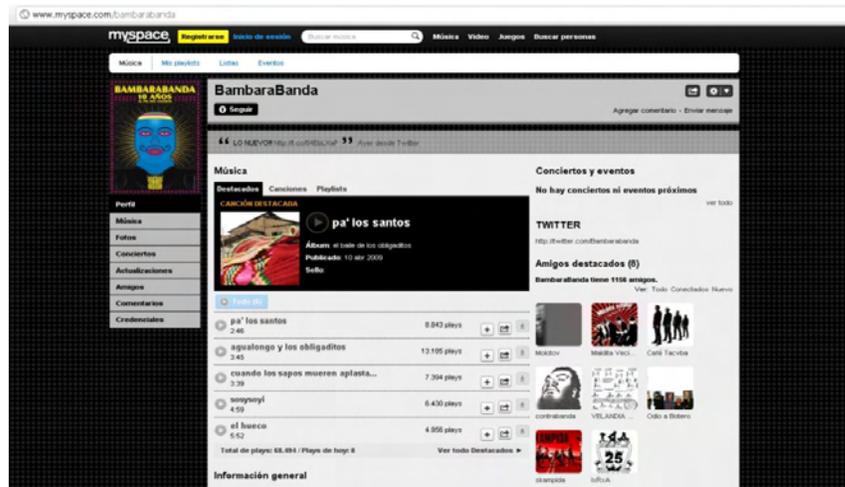


Fig. 41. BambaraBanda en Myspace.com (Fuente: Archivo fotográfico BambaraBanda)

- **Twitter**

Es una red social basada en un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente sólo de texto. Ha sido apodado como el "SMS de Internet". (El servicio de mensajes cortos o SMS (Short Message Service). (Ver Fig. 38).



Fig. 42. BambaraBanda en Twitter.com (Fuente: Archivo fotográfico BambaraBanda)

La red permite enviar mensajes de texto planos de un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los *tweets* de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los suscriptores se les llaman "seguidores". Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a

seguidores. Los usuarios pueden *twittear* desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas (como para smartphones), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil.

- **Facebook**

La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, vídeos, etc. Cualquier persona puede hacerse miembro de Facebook, lo único que necesita es una dirección de correo electrónico. En cuanto a privacidad, tienes control sobre cómo quieres compartir tu información y sobre quién puede verla. La gente sólo puede ver los perfiles de amigos confirmados. (Ver Fig. 39). También se pueden crear páginas o Fan Page servicio altamente utilizado por los grupos musicales para mantenerse en contacto directo con sus seguidores, ya que estos pueden suscribirse y estar al día en las informaciones y novedades que se publiquen.



Fig. 43 Bambarabanda en facebook.com. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

- **YouTube**

Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Usa un reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión, los grupos lo utilizan como una poderosa plataforma para compartir sus vídeos, videoclips y creaciones musicales. A pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con derechos de autor, este material existe en abundancia, así como contenidos *amateur* como *videoblogs*. Los enlaces a vídeos de YouTube pueden

ser también puestos en *blogs* y sitios electrónicos personales usando API o incrustando cierto código HTML. <http://emiliomarquez.com> <http://es.wikipedia.org/>. (Ver Fig. 40)



Fig. 44. Bambarabanda en youtube.com

**7.4.2.2. Medios escritos.** A pesar del auge de internet en la promoción de la música comercial y la no comercial, en la actualidad se mantiene un considerable número de compradores de revistas físicas Sin embargo la mayoría de medios escritos tiene apoyo en la web, donde se hace necesario sobrevivir digitalmente. La Figura muestra por ejemplo el portal del diario el País, donde se hace referencia al álbum de la Bambarabanda a través de un artículo digital. (Ver fig.)

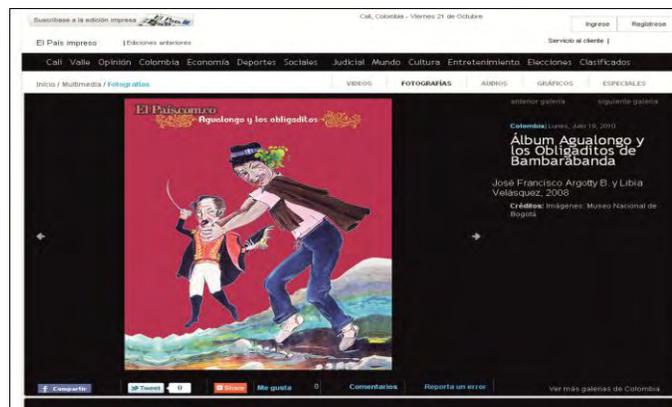


Fig. 45. Bambarabanda en el portal web del diario “El país”. 2011. (Fuente: Archivo fotográfico. Bambarabanda)

Un caso especial es el de la revista Shock, la cual ha logrado mantenerse por más de 15 años en la escena del rock y la música alternativa del País, a través de la revista física, virtual y los premios que anualmente entrega a lo mejor de la música incluyendo la música alternativa.



Fig. 46.. Bambarabanda en la revista Shock. 2009. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

A pesar de ser una revista comercial ha logrado impulsar agrupaciones independientes a raíz de la promoción de los premios rock que entregan galardones a lo mejor de la música en el país donde se destacan el premio a “Mejor banda alternativa” por ejemplo, donde los suscriptores de la revista y los visitantes web pueden votar y apoyar a sus agrupaciones preferidas. Otro tanto lo constituye la oportunidad de hacer parte del show en la premiación. Este es un premio aparte porque de ayuda a dar a conocer la agrupación nacionalmente, pues su difusión se hace a través del canal caracol en directo a través de la televisión. (Ver fig. 41.Ver guion escénico en Anexos)



Fig. 47. Bambarabanda en la revista shock. Fotografía del show central alternativo presentado en directo por el canal de tv caracol. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

“Los premios son una ventana, tanto para nosotros como para las mismas bandas, es decir, a nosotros es la oportunidad de conocer que es lo que está pasando en el planeta de la música en Colombia, es la posibilidad de ampliar, de abrir los brazos y alcanzar lugares en los que no estamos escuchando todo el tiempo,

como pasa en Bogotá, en Bogotá pasan muchísimas cosas y quizás por eso se pierde la atención en distintas zonas del país, por eso hacemos la vuelta rockombia y nos vamos por todo el país buscando bandas, yo mismo hago esa tarea escuchamos mas o menos quinientas bandas, vemos unas sesenta, setenta en vivo, y escogemos una nominada a la vuelta a rockombia y los premios son eso, y también al mismo tiempo es como entregarles o devolverles un poco ese gran trabajo que se desarrolla durante el año, porque también es como la medida, o la balanza o el termómetro que nos permite ver hacia donde se está dirigiendo toda la música, cuales son los criterios que se están desarrollando, cuales son los nortes que cada una de las escenas o de los pequeños circuitos que hay dentro de la escena en general se desarrollan, esa es la verdad a todo lo que se esconde detrás de los premios, nosotros buscamos música y buscamos la mejor música, buscamos nuevas músicas que hablen por Colombia” (Rolo. 2011. Ver entrevista. Anexo). (Ver Figs. 42 – 43. 44).

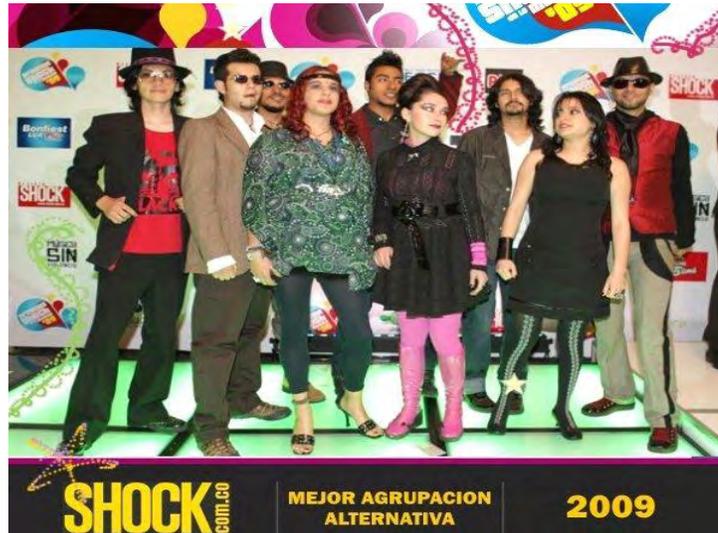


Fig. 48 Bambarabanda en los premios shock. 2009. (Fuente: Internet. D.R.A.)

Otro caso lo constituyen revistas más independientes, autodenominadas “Underground” como la revista “Subterránea” quien también promociona la música urbana alternativa, entregando sus propios premios, que no tienen difusión comercial como los premios shock, pero que no dejan de ser significativos, dada la participación web del público.

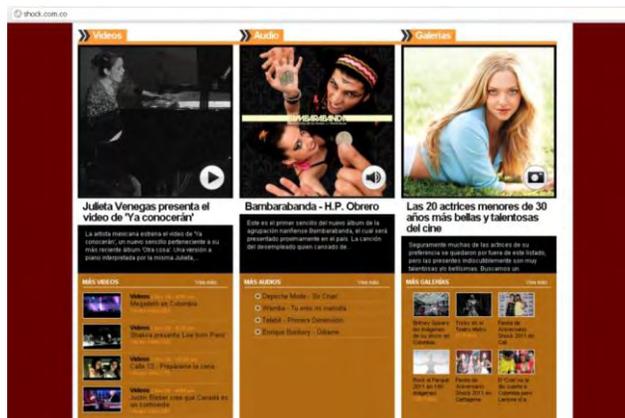


Fig. 49. Bambarabanda en el portal de la revista Shock. (2011). (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

### 7.4.2.3. Radio y televisión:



Fig. 50. Entrevista de Bambarabanda en RCN nacional. Bogotá 2011. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)

Vale la pena preguntarse que está sucediendo con la radio y su relación con las músicas alternativas en la actualidad. Existe en Colombia un interés naciente por la difusión y promoción de la música urbano alternativa, pues incluso el país cuenta con dos emisoras que por su condición estatal son de gran importancia: radio Nacional de Colombia y RADIONICA, quienes en su afán de difundir la música urbana alternativa, cambian de estrategia y se encargan incluso de ser ellos mismos quienes buscan posibilidades frescas, asistiendo a festivales, investigando y a la vez dando a conocer y promocionando sin interés económico directo al contrario de las grandes cadenas radiales, donde es muy difícil entrar a realizar una oferta sin que de por medio se encuentre el dinero.



*Fig. 51. Concierto desconectado. En "Vivo" a través de la emisora estatal Radionica FM / WEB(Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

“Independientemente de tener el poder de decir, qué queremos escuchar, qué queremos buscar.... radionica básicamente está viendo, sigue con ese camino de proyectar y de promover nuevos artistas que están como trabajando duro y nosotros no esperamos a que nos traigan tanto material, sino que nosotros vamos a buscar a las agrupaciones”. (Rodríguez, Gonzalo. 2011. Ver entrevista. Anexo). (Ver fig.) Una ventaja de la radio tradicional respecto a internet, es que el oyente puede estar conectado las 24 horas en tiempo real, razón por la cual, las agrupaciones desean promover su música por este medio, independientemente de su posicionamiento en Internet a través de la difusión en sus páginas o vínculos. “Independientemente que una banda tenga el myspace, que tenga su perfil en facebook, a ellos les interesa obviamente sonar en radio, porque la radio tradicional va a llegar a más gente y todo el mundo tiene conectividad en este momento en Internet, es una cosa que es como momentánea, la radio siempre está ahí, todas las 24 horas, entonces digamos que en eso radionica siempre va a tener como una prioridad la música colombiana, siempre estamos como tratando de mirar que es lo que está sucediendo y nunca nos quedamos quietos, en cualquiera de los géneros que estamos trabajando nosotros”. (Rodríguez, Gonzalo. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Otro tanto sucede en la región Nariñense, donde el panorama no es tan alentador. En la actualidad la única emisora que tiene algún interés por la música urbana alternativa es la emisora de la Universidad de Nariño, aun sin ser muy significativo el nivel de conocimiento y mucho menos de investigación al respecto. Para acabar de completar el panorama, la radio nacional de Colombia y radionica no emiten su señal en la región a pesar de esforzados intentos de la comunidad por hacerlo. Esta experiencia poco afortunada en la región no ha permitido que la música urbano alternativa sea impulsada a pesar de la gran cantidad de bandas que ya cuentan con sus demos y discos. Jose Argotti, promotor de medios de la de

Bambarabanda, describe así esta preocupación: “Pero es bien irónico que no es la radio de aquí de nuestra región la que promueve hoy a la Bambarabanda, sino que son otras cadenas radiales como las que se han preocupado por difundir un poco la música de la agrupación como son la radio nacional de Colombia, radionica, radio activa y también muchas radios independientes aquí en este país, que funcionan en las ciudades grandes como Cali, Bogotá, Medellín, también han estado ahí pendientes como difundiendo la música, tratando como de mostrar pues, lo que está haciendo BBB, emisoras como la súper estación, como vibraciones positivas, como haga la U en Medellín, son emisoras que pues de bacanería de difundir la música de BBB, porque les ha parecido que es valioso mostrar lo que está haciendo el grupo, desde la ciudad de Pasto”. (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo).

### **7.4.3. OTRAS ALTERNATIVAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.**

**7.4.3.1. Ruedas de negocios.** Las ruedas de negocios son paneles especializados en difundir la oferta artística de las agrupaciones, y se realizan con el objetivo de apoyar y fortalecer a las industrias creativas y culturales, específicamente al sector de música y artes escénicas. Estas ruedas se convirtieron en espacios que ayudan a promocionar las actividades artísticas y culturales de cada región, y por lo general acompañan a los festivales musicales, impulsándolos y utilizándolos como medio. “... se invierte un dinero para provocar un espacio dónde los propios jóvenes músicos puedan ir mostrando sus productos y ver a partir de eso como puede convertirse en una cosa productiva”. (Oliva, Iván. 2011. Ver entrevista. Anexo). En la ciudad de Pasto, esta figura también cobra importancia, y junto al festival “Galeras Rock” ha surgido la idea de realizar esta importante actividad. “A través de las ruedas de negocios de los festivales, lo que hacemos es fortalecer esos mecanismos que harán evidente y podrán mostrar el talento de los jóvenes que pueden mostrar sus proyectos musicales y que llamarán pues la atención muy seguramente de los productores y de la gente que es responsable de esos festivales y que están comercializando este tema de la música urbana y alternativa”. (De los Ríos, Diana. 2011. Ver entrevista. Anexo).

En Colombia, las ruedas de negocios son muy importantes, en Bogotá por ejemplo se realiza la rueda de negocios de la música y artes escénicas, promovidas por la cámara de comercio de Bogotá, donde por ejemplo la participación de Bambarabanda garantizó la invitación al festival de música SXSW EN Austin Texas en la edición 2012.

**7.4.3.2. Festivales alternativos.** Los festivales de música alternativa cada vez son más importantes para la escena de la música urbana en Colombia y en el mundo. Los festivales South by Southwest o la Latin Alternative Music Conference (LAMC), son la mejor forma de tomar el pulso al mercado Internacional del rock y

la música urbano alternativa. Incluso el festival Iberoamericano de teatro, ofrece a la música un importante espacio para mostrar sus propuestas. (Ver Fig. 47). El festival estadounidense SXSW es un marco importante para entrar en contacto con los profesionales de la industria musical de EEUU, en Colombia es Rock al Parque la catapulta por excelencia, también viene creciendo el Festival Internacional Altavoz, que cuentan con una infraestructura y logística respetable, ruedas de negocios con importantes empresarios de los festivales alternativos más importantes de Suramérica y varios participantes de Europa y Estados Unidos.



*Fig. 52. Bambarabanda en el Festival Iberoamericano de teatro. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

El crecimiento del público urbano alternativo va a la par con la importancia que va adquiriendo en el mundo la explosión de los festivales alternativos de la música. Prueba de esto es en Colombia ha sido el auge del festival rock al parque en la ciudad de Bogotá, el cual en su programación anual reúne entre cuatrocientos y quinientos mil asistentes, reuniendo entre 70 y 80 bandas al año. “Durante ese fin de semana 92 bandas compartirán las tarimas. Son 29 los grupos seleccionados, a los que se unirán 5 que tienen menciones de honor, un representante de las localidades, 9 agrupaciones distritales invitadas, 8 agrupaciones nacionales invitadas, 17 agrupaciones internacionales seleccionadas, 12 bandas que circulan en bares y 10 bandas de metal homenajeadas. Semejantes cifras confirman que este es el festival de rock gratuito más importante de América Latina y uno de los eventos de mayor representatividad en su género, que ha puesto a Bogotá en un lugar de gran significación en la cultura musical rockera del planeta”. CATALINA RAMÍREZ VALLEJO. Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte. (Ver Fig. 48).



*Fig. 53. Bambarabanda en el festival "Rock al parque" 2009. (Fuente: Archivo fotográfico Bambarabanda)*

Existen festivales con una cobertura menor en cuanto a infraestructura y público como el Festival Bandola, en la ciudad de Sevilla Valle, donde se reconoce la importancia de abrir espacios para la música urbana alternativa. María Helena Vélez, fundadora y directora, hace referencia así al tema: “La diferencia que uno ve en los festivales de música Colombiana con el Bandola es que no se cae cómo en el purismo de la música, en decir que determinada música regional se toca con determinados instrumentos, una música pura, no, acá hay cabida para diferentes propuestas musicales ... tengo un sentimiento y digo en Sevilla en el Festival Bandola la gente le gusta escuchar las propuestas de todos los que vienen a hacerlas, las respetan y bueno no es una confrontación, no es una competencia, es el programa de cada cual, cada uno es una muestra de la diversidad musical y de la diversidad del país, eso es”. (Vélez María Helena. 2011. Ver entrevista. Anexo). Bambarabanda generó controversia en su primera participación, pues era la primera vez que un grupo urbano alternativo hacía su aparición en la escena del festival en el año 2006. “La Bambarabanda le hizo un quiebre al Festival Bandola. Cuando la Bambarabanda vino hace cinco años fue muy, para mí fue muy difícil y me asustó mucho y sentí que el mundo se me vino encima, estaba en la tarima y vi a la Bambarabanda, nos congestionamos, sentimos mucho susto, porque vimos a los jóvenes en una actitud muy violenta en ese momento y escuchamos los sonidos andinos, pero de un momento a otro ... también disfrutamos, era algo como raro, al otro día la gente comentaba: no me gusta este grupo o sí me gusta este grupo, la polémica! ... Ya de allá para acá yo a ustedes los veo iguales, los que hemos cambiado somos nosotros, o sea yo veo a Bambarabanda muy bien, en una actitud muy fuerte, muy clara, en una puesta en escena muy linda, muy impactante, me gusta mucho como cantan, como tocan.” (Vélez María Helena. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Se debe entonces crear una cultura que valore la importancia de estos festivales, como centros dinamizadores de la expresión y la diferencia. Afortunadamente la tendencia es asumir una cultura que demuestre la necesidad de los mismos. “Yo

creo que la importancia de los festivales radica en invertir en la propia región e invertir en sus jóvenes, invertir obviamente reconociendo que sus lenguajes son diferentes, que sus expresiones son igualmente diferentes y que las cosas que tienen que decir son diferentes, pero que le aportan también desde esa diferencia a la construcción de ciudad, a la convivencia, a un montón de cosas le puede aportar, entonces para mí los festivales tienen esa importancia, de poder visibilizar lo que la gente joven y cada ciudad está haciendo, o lo que cada región está haciendo”. (Oliva, Iván. 2011. Ver entrevista. Anexo).



Fig 54. Programación festival “Galeras rock 2011. (Fuente: Internet. D.R.A.)

En la ciudad de Pasto, el festival Galeras rock se ha venido posicionando con claros objetivos de apoyo a la música. (Ver Fig. 49). El festival cumple en el año 2011 su cuarta versión y su importancia radica en brindar un espacio para la convivencia musical y artística de distintas expresiones y géneros que van desde el rock en sus diversas manifestaciones y la música alternativa en general. La oficina de la juventud, dio un gran paso al asumir las riendas de este festival y demostrar que el interés del Estado en este caso está destinado a promocionar la música de la región. “El festival de Música alternativa y Urbana Galeras Rock, es un espacio que desde el año 2008, se ha consolidado en un escenario de convivencia e inclusión, entre las bandas de los diferentes géneros que participan de él.



*Fig. 55. Bambarabanda y Edson Velandia en el festival “Galeras rock 2011” (izq.). Fig. 56. Rueda de negocios del festival “Galeras rock 2011”. (Der.)*

En el transcurso de estos años se ha fortalecido procurando, por un lado mejorar las condiciones de infraestructura y logística para el desarrollo del mismo, y por otro invitando a las bandas a un constante ejercicio de mejoramiento de sus hojas de vida”.

([http://www.pasto.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3776:bandas-y-grupos-musicales-inscritos-a-convocatoria-galeras-rock-2011&catid=64:noticias-8&Itemid=199](http://www.pasto.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=3776:bandas-y-grupos-musicales-inscritos-a-convocatoria-galeras-rock-2011&catid=64:noticias-8&Itemid=199)). Aun así, se debe tener cuidado en el manejo de la importancia que para algunos representa “mantener la independencia”, es decir, mantenerse alejado de procesos políticos que puedan desviar el interés, convirtiéndolo en un evento comercial. “... para mí lo importante de los festivales es que sean independientes y que siempre estén como muy interesados en dinamizar, en difundir, en promocionar la música local, más que en crear eventos comerciales”. (Iván Oliva. 2011. Ver entrevista. Anexo). (Ver Fig. 50). Este espacio motiva a la participación, a la creación y sirve de escenario para que los artistas se fogueen con agrupaciones del exterior Para el año 2011, 52 bandas cumplieron los requisitos para la audición, de las cuales se selecciono el cartel. Bambarabanda presento su audición y fue declarada fuera de concurso por el jurado, quien recomendó su participación como banda nacional.

**7.4.3.3. Convocatorias estatales.** Anualmente el estado Colombiano ofrece estímulos para los artistas a través de convocatorias realizadas por el Ministerio de cultura (<http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=44007>) o a través de otras dependencias como el Instituto Distrital de cultura y turismo de Bogotá. (<http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/01.2709080403.html>). Estas convocatorias utilizan Internet como vehículo importante de comunicación, pues a través de este vinculo, las agrupaciones pueden inscribirse y participar, optando por perfiles que se ajustan a sus requerimientos. “El portafolio es bastante grande

y lo pueden consultar en las páginas Web de cada entidad. Hay una variedad de músicos que han encontrado en estos estímulos una salida y un incentivo para sus carreras. Tenga en cuenta que si usted va a participar en estas convocatorias debe tratarlas como un trámite un poco más burocrático que artístico, preocúpese porque los requisitos vayan completos y de la manera más explicada posible, acuérdesese que no todos tienen su cabeza y no todos miran el mundo a través de ella, en estas convocatorias participan miles de personas y todas tienen la misma validez”. (Szarruk, 2011)

## **7.5. IMPACTO SOCIOLOGICO**

Para entender el impacto sociológico que causan las músicas urbanas alternativas, primero se debe tener claro que la globalización económica, el mestizaje, y la gran influencia que internet ha tenido en la forma de concebir la producción y el consumo de la música, son elementos que caracterizan hoy por hoy estas tendencias y que han influido fuertemente en la población musical. “La música ligera o música popular contemporánea es un producto industrial que no persigue intenciones artísticas, sino la satisfacción de la demanda de mercado que ella misma orienta y determina con una función pedagógica. Si el hombre de la sociedad industrial es, según afirman varias tendencias sociológicas, un individuo heterodirigido, por el que piensan y desean los grandes aparatos de la persuasión oculta, la música de consumo es uno de los instrumentos más eficaces para su coacción ideológica”. Música popular: cultura de masas e internet. En la medida que este panorama se “reorganiza” con dinámicas totalmente diferentes a las de hace diez años o menos, el imaginario colectivo sufre de igual forma un impacto fuerte. Dado que la música alternativa representa una clara opción que expresa fielmente lo que ocurre en la sociedad, como retrato de ella misma, surge la necesidad de identificarse con un discurso expresivo que vaya acorde con sus intereses personales, que le permita de alguna manera salir del anonimato que la cultura de la globalización propone. Este aspecto es muy importante, y tal vez la causa principal del crecimiento demográfico del público urbano alternativo. Mientras la música comercial lidera un proceso con un claro objetivo ante todo económico valiéndose de las estrategias de la globalización, para crear un público uniformado y sometido intelectual y financieramente, la música urbano alternativa parte de la idea de mirar con mayor profundidad y buscar a partir del contacto, el mestizaje y el acercamiento cultural, estrategias para identificarse, enraizarse y a la vez proyectar su cultura más allá de las fronteras ideológicas y geográficas. La democratización de la información en este sentido, ofrece a las dos posibilidades igualdad de oportunidades para difundirse, pero la propuesta alternativa va más allá de la uniformidad que la sociedad propone con su maquinaria informativa.

Por lo general se piensa que las tendencias urbano alternativas son generalmente para público joven, tal vez por su historia caracterizada por expresiones culturales que iban a favor de discursos rebeldes con los cuales la población adolescente y

joven se sentía identificada. Aun así, la Bambarabanda ha podido concentrar un público bastante diverso e cuanto a edad, ideología y pensamiento. “En primer lugar el rock siempre fue señalado o sectorizado solamente para gente joven, pero la Bambarabanda es un grupo que reúne a toda la familia en sus conciertos. Entonces en los conciertos de la Bambarabanda se ve gente de todo estrato, de toda edad y la razón es porque justamente el sonido de la Bambarabanda ofrece es como una “kermese”, ofrece de diferentes gustos en un solo sitio, entonces eso hace que la gente aprenda a acercarse a la música del sur y quienes no gustan del rock encuentran una puerta ahí para entender esa manera de hacer rock y lo fuerte también que tiene la Bambarabanda , la gente lo puede asimilar” (Cadena, Juan Carlos. 2011. Ver entrevista. Anexo). En cierta forma, la amalgama de sonidos, el acercamiento y confluencia de diversas músicas y géneros reunidos en uno solo, hacen que la propuesta llame la atención de todo público. “Bueno la Bambarabanda es una banda que, que es para todo tipo de público ... existen bandas que son mas de pronto para un genero, entonces ... la Bambarabanda siempre ha sido para niños para gente joven para gente mayor igual es música de baile es música de si de fiesta”. (Rosas, Felipe. 2011. Ver entrevista. Anexo). Esta diversidad que parte de la confluencia de géneros y sonidos ha dado pie para participar en festivales que van desde el rock, hasta la música campesina, pasando por festivales de música Colombiana y encuentros artísticos y culturales de toda índole. “Pues el público es muy variado, yo creo que tenemos desde niños, jóvenes, adultos y hasta viejitos bailando siempre en los conciertos, como la Bambarabanda es tan versátil puede gustar en diferentes públicos, hemos tocado en eventos de rock donde asisten muchos jóvenes, hemos tocado en eventos andinos donde hay bastantes adultos y bastantes niños, hemos tocado en eventos incluso muy bailables y muy fiesteros donde hay todo tipo de gente, yo creo que el público es bien variado y es también por la versatilidad que ofrece el grupo”. (Adriana Benavides. 2011. Ver entrevista. Anexo).

En cuanto a la cantidad de seguidores, la relación ha ido en aumento, teniendo en cuenta que si bien hace diez años la banda tenía un público conformado en la base de la amistad y la familia, en la actualidad cuenta con seguidores de todo el mundo a través de los portales en internet, donde además se garantiza cada vez mas publico a conciertos en la principales ciudades del País.

**7.5.1. Bambarabanda e influencias en el imaginario colectivo.** La Bambarabanda ha logrado influir directa e indirectamente en el imaginario colectivo de la ciudad y el País. Ha logrado emitir un discurso que expresa de alguna manera el sentir de muchos, los ha identificado, los ha enorgullecido. “Pero inicialmente digamos que hubo como una cosa bien bonita que empezó a generar la Bambarabanda y era como el apegarse nuevamente como a las cosas y a las tradiciones culturales que nosotros tenemos en nuestra región. Empezar como a sentirnos orgullosos de ser pastusos, a sentir alegría por lo que nos rodea, o sea ya dejar como ese paradigma quizá del cual, pues como nos han encasillado en

este país que es un poco centralista, entonces en el aspecto social yo creo que es innegable”. (Argotti, Jose. 2011. Ver entrevista. Anexo). De esta manera se ha convertido en un referente para otras agrupaciones en la región y en el País, no solo desde el punto de vista de la producción musical, sino en la forma de administrar, gestionar y proyectar la cultura y el arte. La música de Bambarabanda ha motivado a otros a atreverse, a componer a buscar sonidos propios. “ha habido un proceso más o menos de 10 años larguitos en esta ciudad que la música empezó a cambiar así un montón eh la gente ya queríamos explorar otras cosas entonces me parece que desde ese punto eh la Bambarabanda ha sido pues una influencia eh marcante para las bandas que se atrevieron a explorar o que querían explorar”. (Rosas Felipe. 2011. Ver entrevista. Anexo). Incluso pasando por encima de muchos conceptos de algunos músicos que no estaban de acuerdo con la fusión de los ritmos tradicionales y “modernos”, y que defendían el purismo musical de estas expresiones. A pesar que hay gente o existieron personas que no estuvieron de acuerdo con la irreverencia que Ustedes hicieron al hacer la fusión, de todas maneras la gente joven está encantada y eso es bien valioso porque de cierta manera estamos ultimando nuestra música nariñense, nuestra música latinoamericana y haciendo que los jóvenes también se interesen por ello. Yo pienso que Bambarabanda es como digamos como un hito bien importante, antes de BBB era todo tradicional, ¿sí? Lo que conocemos normalmente, un grupo latinoamericano, después de Bambarabanda si es otra cosa, entonces yo pienso, para decirlo en dos palabras: “antes de Bambarabanda y después de Bambarabanda” serían los músicos y los conceptos de este género de música. (Benavides Wilson. 2011. Ver entrevista. Anexo).



*Fig. 57. Bambarabanda en el carnavalito.*

Dentro de las expresiones artístico, culturales sobresale el hecho de haber servido de inspiración para muchos artistas, como en el caso del niño EDUARDO CHAMORRO, quien en el año 2010 decidió inspirarse en Bambarabanda para componer un motivo en el carnalito. (Ver Fig. 52) “Estaba pensando en salir en el carnalito y pensando un tema y se me ocurrió la Bambarabanda”, quien encontró afinidad por “Porque es algo que identifica mi forma de ser.” (Chamorro, Eduardo. 2011. Ver entrevista. Anexo). Igualmente colectivos como Indoamericanto, han tomado canciones de Bambarabanda dentro de sus repertorios y coreografías.

**7.5.2. Proyección lúdico-pedagógica.** Una alternativa valiosa de proyección a la comunidad la representan los proyectos lúdico pedagógicos. Estos representan un valor agregado al hecho de hacer música. El hecho de trabajar con la comunidad es una responsabilidad grande, pues educar a través del arte en la formación de un concepto nuevo de sociedad, es un requerimiento necesario que los artistas deben asumir “nosotros hemos desarrollado proyectos sociales y educativos y eso ha sido una labor que nos ha permitido proyectarnos también como agrupación musical y creo que lo podemos seguir haciendo y es un valor agregado a ser simplemente una agrupación musical, en otros casos una agrupación puede plantear proyectos netamente comerciales, por ejemplo posicionar su marca y hacer toda una propuesta de márketing alrededor de los discos, de imagen de publicaciones o publicidad con empresas también, entonces es otra forma, creo que se puede hacer de todo desde una agrupación musical para mantenerse en el mercado, tanto a nivel local como nacional, es decisión de la banda si quiere entrar en un proceso de mercadeo con empresas por ejemplo, por decir algo, como cuando un artista decide ser la imagen de una empresa o de una marca, como puede ser Pepsi o Coca Cola, o no se cualquier marca o empresa que es otra estrategia también, eso se entendería como ya una música un poco más comercial, si uno lo ve superficialmente, para la música alternativa son mucho más amplias las acciones que uno puede realizar porque puedes desde propuestas alternativas ligarte a fundaciones sin ánimo de lucro que desarrollen proyectos sociales y educativos, puedes generar procesos de cooperativismo en el trabajo por ejemplo, puedes irte por la línea de la producción musical y montar un estudio de grabación, que no solo sirva para la banda sino que sea una estrategia de trabajo y de lograr pues recursos también, entonces creo que son muy amplios los proyectos que se pueden hacer para sustentarse como proyecto musical” (Linares, Alix. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Bambarabanda comienza este proceso de manera conjunta con la fundación ETICA ARTE MOVIL, en el año 2000. El primer trabajo se hizo con un proyecto de educación para niños vulnerables con problemática de calle, en donde su conocimiento artístico se ofrecía mediante talleres de pintura, música, teatro, etc.

En las noches se trabaja en la calle con estos niños, creando espacios lúdicos que pudieran sopesar con las responsabilidades diarias que asumían en la calle.



*Fig. 58. Bambarabanda en trabajo social en el proyecto “la Minguita” con niños del Corredor Oriental “Fundación Social”, 2007.*

El trabajo realizado y el compromiso asumido por algunos de los artistas y músicos de la fundación, dio pie para continuar vinculándose a nuevos proyectos. Tomando como sede una cafetería – bar, comienza un proceso de auto - capacitación en pedagogía para desarrollar talleres para el propio aprendizaje.



*Fig. 59 Bambarabanda en talleres con la fundación “Arca de Noé”. 2010*

El ministerio de Cultura ofrece entonces unos talleres en Colombia para el aprendizaje audiovisual y se participa en el taller IMAGINANDO NUESTRA IMAGEN, elaborando cortometrajes con y para gente joven, dando un paso en el aprendizaje en la realización audiovisual, que se convertiría en una de las fortalezas de Bambarabanda. Se trabaja también en campañas de cultura

ciudadana vinculándose con la administración municipal en las secretarías de cultura, salud, tránsito y gobierno. Con el tiempo se trabaja también con la Fundación Social en proyectos como LA MINGUITA, que capacitaba a sectores rurales en el corredor oriental de la ciudad de Pasto. “Bueno nosotros creemos que es la música, el arte y la cultura hoy son una estrategia fundamental para la formación, para la educación y para el desarrollo, ya por ejemplo la música no es solo diversión, hoy la música tiene contenidos y los contenidos entonces que se mueven a través de la música son hasta más aceptados por la población juvenil, por muchas personas, parece que a veces hace más impacto una buena canción, una buena poesía que muchos de los discursos sobre estos temas que tanto necesitamos para el desarrollo, Bambarabanda es un buen ejemplo de cómo transmitir mensajes sociales, culturales, de paz a través de la música y en ese sentido creemos que entidades como la nuestra quieren apoyar, quieren aliarse, quieren sumarse a ese esfuerzo musical, cultural y de desarrollo y de paz que hace Bambarabanda”. (Torres, Guillermo. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Este fenómeno de contacto con la población campesina en algunos corregimientos de la ciudad, va a aportarle a la Bambarabanda un significativo ingrediente para posteriormente desarrollarlo en su propuesta de conservación de la raíz musical pastusa.

**7.5.3. Autoestima.** Muchos sucesos han dado forma a la cultura de esta región: El contexto geográfico, donde sobresale la ubicación estratégica, pues Pasto es una ciudad ubicada en la esquina occidental de Colombia, enmarcada en un valle de tipo montañoso, en medio de la cordillera de los Andes y al pie de un volcán; próximo al Amazonas y también al océano Pacífico. Igualmente el contexto histórico social; donde nunca existió una fecha de fundación de la ciudad; con asentamientos indígenas previos a la llegada de los españoles, con significativa influencia Incaica, poblada entonces por indígenas y españoles, con registros documentales de llegada de Andaluces - judíos pero convertidos al catolicismo, y por supuesto, a la manera en que se empiezan a conformar las estructuras sociales hacia el futuro. La condición arraigada española, al igual que la condición religiosa de tipo católico, dan pautas para vislumbrar esta cultura hacia el futuro y convierten a Pasto en un punto álgido para el desarrollo de una cultura muy particular. Sobreviene entonces la llegada de la independencia y Pasto adopta una posición defendiendo la causa Monárquica. Esto le costó a la ciudad una separación política y cultural que la aísla de los grandes proyectos de la nueva constitución política y enemista a Pasto con el resto del país, el cual se constituye en un gobierno centralista. Esta región entonces es sumada al Gran Cauca y sometida a aislamiento y al escarnio como defensores de una causa perdida y burla de todos. Estos aspectos muy brevemente resumidos, determinan cuál ha sido el sendero cultural que identifica al pastuso de hoy por hoy. Su condición de perdedores en la historia Republicana, se percibe en un ser de alguna manera

apocopado, tímido y callado, pero con raíces históricas y culturales profundas. Esto conforma a grandes rasgos un perfil cultural que ha diseñado, la manera de ser y de existir, que en su discurso artístico, expresa las condiciones de un hombre pintoresco, capaz de reírse de su propia suerte y con un patrimonio artístico enorme, reflejado en el carnaval, espacio donde se conjugan todas las artes.

La música entonces no está desligada y se convierte tal vez en la mayor de sus riquezas. La Bambarabanda recoge estas condiciones y las dignifica en sus letras, crea su poética a partir de estos antecedentes y evidencia la resistencia al concepto de País de una forma natural. “Bambarabanda refleja eso no, refleja como la confluencia de muchos vientos aquí en Pasto, como lo es esta región en dónde confluyen los Andes, el Amazonas y la costa, Pasto siempre ha sido un lugar de tránsito entre Ecuador y Colombia, siempre ha sido como eso, como un lugar de paso y tal vez por eso tenemos influencia de tantos lados ¿no? Culturalmente por ejemplo tenemos raíces aquí en la gente originaria de la región, pero también tenemos nuestros orígenes en los colonos que llegaron pues desde la conquista, los Españoles – árabes, y toda una serie de influencias culturales, que ha sí no seamos conscientes de ello pues, se expresan en la música de la Bambarabanda, entonces finalmente eso, creo que es como la forma de expresar tantas influencias, que nos mueven y nos han motivado y eso se refleja en tantos ritmos que se tocan en la música de la Bambarabanda”. (Alix Linares. 2011. Ver entrevista. Anexo). La Bambarabanda genera un orgullo propio, con estrategias humorísticas exaltando los valores y la situación que la ciudad vive, aportándole a cada ciudadano en su autoestima, en su educación y en la propia forma de evolucionar artísticamente. “Vea (la Bambarabanda) produce lo siguiente: una gran cantidad de cariño y produce cariño sobre unas letras muy fuertes. Producir cariño con un mensaje tan contestatario es una mezcla muy bonita de amor y orgullo, es lo primero que o sea, lo que produce en la gente. A mí me llamo la atención desde la primera vez que la vi, la propuesta visual, o sea la propuesta circense, teatral, la mezcla de cantidades de artes, las historias que cuentan, las historias que reivindican, el cariñito que le ponen y para mí fue una cosa muy especial porque yo a toda la gente que había invitado les había dicho mire: hay un grupo que tiene una propuesta musical increíble y no podía llegar a describírselos así que la sorpresa para muchas de las personas que estaban hoy acá, estaban maravilladas la manera como son capaces de tomarse al público con arte, con dignidad, con cariño, con historia y con trabajo musical, es absolutamente admirable. Es una propuesta maravillosa, de verdad maravillosa, sobre todo es una propuesta enriquecedora para la música nuestra”. (Diana Uribe. 2011. Ver entrevista. Anexo). El valor agregado consiste en haber logrado crear un equipo de trabajo comprometido con la música y el arte, con el discurso urbano y rural, con la tradición y la realidad sofocante, aun con los escasos recursos económicos y el esfuerzo que conlleva trabajar más por credibilidad y fe. “Una de las cosas que la BBB logra es Autoestima en el Pastuso, sobre todo en nosotros, como nuestro pasado histórico es tan relegado, una tierra en este país que ha sido

relegada por los gobiernos, ya sea por lo geográfico, ya sea por lo histórico, por lo que nos haya pasado, en el pastuso ha creado eso y ha influido para mí mucho más allá de lo que los demás grupos musicales, ha influido en los movimientos artísticos, ha influido en el mismo pensamiento de la gente, en que podemos decirle al mundo nosotros existimos, nosotros tenemos unas condiciones y esas condiciones a pesar de la TV, de la globalización, que nosotros también le podemos proponer al mundo algo que los demás puedan escuchar, sentir, vivir y poder contarle nuestra historia al mundo, saber que nosotros somos un sitio importante geográficamente”. (Jose Alberto Santacruz. 2011. Ver entrevista. Anexo).

Esa generación de autoestima, ha brindado grandes alternativas a la música urbana de la región, puesto que de alguna manera a llevado a muchas agrupaciones a creer que se debe romper con esa condición de “vergüenza” que tiene el pastuso hacia el resto del país, y aprovechar a favor ese señalamiento cultural para potenciar aquello que los hace diferentes al resto del País, para terminar expresando a través del sentir musical todo aquello que es reflejo de su pasado.

“La BBB no ofrece una alternativa sino muchas alternativas, es decir ofrece varios caminos de lectura y esas posibilidades de lectura que ofrece la BBB, por ejemplo la lectura de la región y la lectura de la música, abre el repertorio de los habitantes de acá del sur, para que ellos empiecen a asumir otras posibilidades de discurso, es decir generan una posibilidad, pero esa posibilidad tiene una potencialidad artística y musical que puede generar otras posibilidades, es decir es circular el proceso musical de la BBB. Ofrece la alternativa de estar caminando y de estar revalorando algunas cuestiones y algunos conceptos que hoy hay que poner en discusión”. (Rodríguez, Mario. 2011. Ver entrevista. Anexo). Connotación que ha tenido recepción no únicamente en el pastuso sino en el público en general, más allá de las fronteras regionales. (Ver. Artículo: “Dan ganas de ser pastuso.” En Portafolio. Anexos)

A partir de esta influencia, muchas agrupaciones, empezaron a atreverse, a creer que explorar raíces y discursos nacidos en esta tierra, era una forma de expresar sentires muy validos, únicos y originales. Influencia que trasciende el aspecto netamente musical sino tambien el estético e incluso el organizacional. “Me parece importante que la gente se ha sentido motivada y yo lo he visto muchas veces ahora acá, por ejemplo a crear nuevas cosas y a creer en lo que hacen, a crear música. Hay mucha gente de muchos grupos que ahora ya se interesan mucho por la parte visual y por la parte estética, por la puesta en escena, eso creo que es una parte importante con los jóvenes”. (Carolina Ponce. 2011. Ver entrevista. Anexo).

## 8. CONCLUSIONES

Una aproximación a la definición de las músicas urbanas alternativas, debe tener en cuenta: 1) la identidad como vehículo para la construcción de sonidos y discursos propios; 2) un lenguaje que resista el entorno, el concepto de sociedad, el sistema de valores y proponga alternativas de nuevas expresiones. En ese sentido la música será “alternativa “en la medida que la originalidad y autenticidad de la música y su discurso, propongan elementos y estructuras que la identifiquen y la hagan diferente respecto a otras músicas.

Mientras alrededor de la música comercial se lideran procesos cuyos objetivos son claramente económicos, valiéndose de las estrategias de la globalización para crear un público uniformado y sometido intelectual y financieramente, en la música urbano alternativa se parte de la idea de aprovechar la globalización, mirar con mayor profundidad y buscar a partir del contacto, el mestizaje y el acercamiento cultural, estrategias para identificarse, enraizarse y a la vez proyectar su cultura mas allá de las fronteras ideológicas y geográficas.

Las agrupaciones urbano alternativas deben consolidarse bajo criterios de organización que les permitan funcionar como empresas. Este factor es determinante, puesto que en la actualidad, son las agrupaciones mismas quienes a partir de la autogestión, crean y retro alimentan su producto en pos de una sostenibilidad creativa y financiera, aspecto que requiere un autoaprendizaje en aspectos como la producción creativa (música, diseño, audiovisual) y la ejecutiva (realización, administrativa).

La imagen y el sonido son dos características de las músicas urbanas alternativas que deben conjugarse firmemente alrededor de un concepto único que represente y exprese con fidelidad el lenguaje que el artista quiere expresar.

Las músicas urbanas alternativas deben apropiarse de herramientas técnicas, investigar y avanzar en un camino propio, que apunta a la independencia, la autogestión y al emprendimiento empresarial.

La democratización de la información es uno de los factores que más han influido en la proyección y promoción de las músicas urbanas alternativas. Estas han encontrado en ellos, su herramienta más poderosa de comunicación, difusión y negociación.

Las ruedas de negocios y festivales de música urbana alternativa, se han convertido en espacios donde los propios músicos pueden mostrar y compartir sus productos creativos con el fin de evaluarlos, y posicionarlos, haciéndolos viables a la competitividad y al mercado.

Mientras que las discográficas huyen y financian campañas engañosas sobre la piratería y la defensa del monopolio de la distribución, las músicas urbanas alternativas se valen de la autoproducción y la autorrealización para conservarse independientes ante el mercado.

La música urbano alternativa es una herramienta poderosa en la construcción de sociedad y puede convertirse en una estrategia fundamental para la formación, la educación, la sana convivencia, el desarrollo económico y la generación de autoestima.

Trabajar con la comunidad es una responsabilidad grande, pues educar a través del arte en la formación de un concepto nuevo de sociedad, es un requerimiento necesario que los artistas deben asumir. Las músicas urbanas alternativas influyen de manera directa en transformación de la sociedad. Se convierten en un elemento fuerte de proyección bien sea a través del mensaje expresivo, o de proyectos alternos lúdicos pedagógicos.

En general, el panorama de estas músicas en Colombia es bastante alentador. La mayoría de entrevistados coinciden en afirmar, que hoy como nunca, estas músicas se encuentran posicionándose cada vez con más fuerza en el mercado y en la memoria audiovisual del público.

Las músicas urbanas alternativas permiten la descentralización del País hacen posible observar historias alternas y diversas, y son consecuentes con la historia de la nación que evidentemente tiene más historias de región que de nación.

## 9. RECOMENDACIONES

Las universidades deben optar por el reconocimiento y validez de las músicas populares (dentro de las cuales se encuentran las músicas urbanas alternativas) en su pensum, y no relegar ni discriminar este tipo de expresiones, pues queda demostrado a partir del trabajo de investigación que éstas afianzan el concepto de identidad, promueven la economía y motivan la autoestima de la sociedad.

Dada la cantidad y calidad de productos musicales urbanos alternativos en el país y la región, es necesario que la academia brinde y abra espacios en su pensum, para la consolidación de la música urbana alternativa en áreas no solamente musicales, sino de producción ejecutiva, planeación y ejecución de proyectos. Es necesario entonces, que a partir de espacios creados por la academia, las experiencias relacionadas con autoproducción, autogestión y emprendimiento sean valoradas Institucionalmente porque son una realidad innegable para las sociedades actualmente.

Se recomienda a las Instituciones gubernamentales de la región promover las músicas urbanas alternativas, no únicamente en la organización de conciertos, sino en procesos que acompañen durante todo el año sus actividades, pues esto mantiene viva la escena y motiva a los músicos a trabajar constantemente en procesos de realización y producción.

Las entidades e Instituciones públicas y privadas, deben reconocer la importancia de estas músicas en la región y valorarlas, ofreciendo igualdad de oportunidades económicas respecto a otros géneros de la música, pues es conocido que el presupuesto gubernamental relega, señala y discrimina este tipo de alternativas, obstaculizando sus procesos naturales que son tanto más válidos que otras músicas, pues se ha demostrado que son proyectos con procesos que se mueven dentro de la organización y la disciplina.

Las agrupaciones de músicas urbanas alternativas deben necesariamente aprender a mirar su proyecto con la seriedad que requiere la organización empresarial. Solo de esta forma se garantizará que la música se promueva, se difunda y las agrupaciones logren posicionar su estabilidad en los procesos de producción y en lo económico administrativo.

Los medios de comunicación en la región se encuentran bastante rezagados en comparación con el resto del País. Ellos deben asumir la importancia de la difusión y promoción de estas músicas, no solamente como vehículo de promoción cultural, sino como estrategia económica clara y viable, tal y como sucede en las demás ciudades de Colombia.

Es necesario un periodismo investigativo, que conozca e indague el lenguaje de las músicas urbanas alternativas, a la vez que se comprometa con la función social de proyectar la música de manera ética y responsable.

Es necesario que las instituciones gubernamentales lideren políticas públicas que apoyen el fortalecimiento de los procesos relacionados con las músicas urbanas alternativas a nivel creativo, empresarial y pedagógico.

## BIBLIOGRAFÍA

BENAVIDES, Iván. Manual LASO (Laboratorios sociales de cultura y emprendimiento.) Bogotá, 2010.

CANO, Ponce. “El baile de los obligaditos”. UDENAR, Pasto – Colombia, 2008.

GUERRERO ARIAS, Patricio. La cultura. Estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia. Escuela de Antropología aplicada. UPS \_ Quito. Ecuador. 2002.

Ministerio de cultura Política para el fomento de las industrias creativas, 2011.  
Caicedo Andrés. Revista Literaria Avatares.2010

MONTENEGRO, Armando. “Pasto y Colombia, una historia en contravía”. Editorial “El malpensante”. Bogotá, 2004.

NACIONES UNIDAS. Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo. 2004.

NOYA, Ignacio. la música en los jóvenes y en la sociedad actual. Sociología de la música actual. Tribuna Complutense 8 de febrero de 2011.

NOYA, Ignacio. la música en los jóvenes y en la sociedad actual. Sociología de la música actual. Tribuna Complutense 8 de febrero de 2011.

NOYA, Javier, paradigmas y enfoques teóricos en la sociología de la música. Departamento sociología v (ucm). grupo musyca.

QUARTESAN, Lanzafame. Las industrias culturales en América latina y el Caribe. 2007.

SUBIRATS, Maria-Àngels Es la música un rasgo de identidad de las llamadas tribus Urbanas?(2008).

SZARRUK, Felipe. CONFERENCIA: Cómo mercadear y promocionar un producto musical de manera autogestionada en América Latina. Felipe Szarruk. Ingeniería Artística Colombia 2010. Bogotá, 2010.

(UNESCO, Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. 2001.)

# **ANEXOS**

## **Anexo A. ENTREVISTAS**

ARCHIVO ADJUNTO PDF.

**Anexo B. PRESS BAMBARABANDA**

ARCHIVO ADJUNTO PDF.

## **Anexo C. RIDER TÉCNICO**

ARCHIVO ADJUNTO PDF.