

Diego Martín Pérez -----

# **La cumbia en Argentina: su estado actual**

---

El presente trabajo es la continuación de la investigación realizada para la tesina de grado del autor denominada "La cumbia en Argentina: de 1989 a 2003". Partiendo de ésta, y de su trabajo en el mercado tropical, que le posibilita interactuar con los músicos y actores del mismo, el investigador da cuenta del estado actual de la cumbia en nuestro país desde la perspectiva analítico-musical, textual, comercial, y desde los distintos intereses y características de sus protagonistas.

---

Inició sus estudios musicales a los 4 años de edad con Daniel Martín. Aprendió saxofón con P. Salcedo en la UNCuyo, colaborando en el proyecto para categorizar el taller en cátedra. Fue el primer egresado de la misma, con mención de honor en su examen final. Ha tomado clases con artistas y profesores tales como Underwood y James (EEUU), Villafruela (Cuba), Camernisch (Alemania) y Fassi (Italia). En el año 2002 ganó el concurso para tocar con la Orquesta Sinfónica de la UNCuyo, y desde 2004 es solista invitado de la misma. Trabaja e investiga la música popular; presentó su investigación sobre cumbia en el V Congreso de la IASPM y en la XVI Conferencia de la AAM.

---

## INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos la cumbia ha experimentado un cambio notable: después de la aparición de la cumbia villera a fines de los '90, y de la polémica generada a partir de sus letras y de su técnica musical, generalmente simplificada y estandarizada, su producción ha retomado las letras románticas, y dicha estandarización va dando signos de sistematicidad. Hay además, una vuelta al pasado a la que se suman artistas de antaño o bien nuevas figuras que cultivan estilos que habían caído casi en el olvido, como el norteño y santafesino.

## HISTORIA

La cumbia, siguiendo a D'Amico, es originaria de Colombia, más precisamente de *“la parte alta del valle del río Magdalena, y tiene su epicentro en la ciudad de El Banco (Magdalena), donde desde 1976 se celebra el Festival de la Cumbia”* (D'Amico, 2001:3) En sus comienzos fue exclusivamente instrumental, según explica el autor italiano; su compás era binario (2/2 o 2/4) y se acentuaba en contratiempo. Ya casi en la mitad del siglo XX, explica D'Amico citando a Wade: *“La cumbia, llevando en su interior una fuerte huella africana, fue reinterpretada en forma estilizada por las grandes orquestas de los años '40 y '50 para hacerla más accesible (estéticamente) y aceptable (socialmente) a la clase media, en el interior del país, y para promover su difusión a nivel internacional.”* (p. 6).

Ambos estilos coexistieron y en Colombia ya había al menos dos tipos de cumbia: *“Es suficiente ejemplo comparar ‘La Pollera Colorá’ de Wilson Choperena, considerada la cumbia nacional-popular por excelencia, con una cumbia ‘tradicional’, cualquiera de los Cañamilleros de Marahates, Botón de Leyva o El Banco”* (p. 7)

Es a la primera a la que la etnomusicóloga Pacini, citada por D'Amico, se refiere como “made-for-export”. Ya en los años '70, el citado autor italiano explica que *“el panorama musical colombiano fue transformado con la irrupción de la salsa (...). La cumbia, modernizada en estilo salsa, entra a ser parte (...) de las orquestas de salsa formadas por una sección rítmica (piano, congas, bongó, timbales, claves, güiro, maracas) y una sección de vientos (...)”* (ibid.).

Esta instrumentación influirá mucho a la cumbia argentina de los años '90, que tomará fundamentalmente la percusión latina y el piano que realiza batidos.

La cumbia “made for export” fue bien recibida en el gigantesco mercado mexicano, en Perú, Bolivia y el resto de los países hispanoparlantes. Las adaptaciones que tuvieron lugar en dichos países —que además de importar comenzaron a producir—, entraron en relación a las músicas allí consumidas. Así, la cumbia apa-

reció bajo diversos nombres: “Cachaca” en México, “Chicha” en Perú, o la denominada “Cumbia pop” que se le atribuye, por ejemplo, a la cantante Selena.

En Argentina el consumo de la cumbia popular-nacional-salsera de exportación, está asociado a los antiguos bailes de club, donde orquestas ejecutaban repertorios en boga, tango y luego música tropical brasileña y centroamericana, lo que creó las bases para lo que sería luego el auge de grupos tropicales como Los Wawancó.

La cumbia en nuestro país está relacionada con el término “bailanta”, originario del Litoral, según explica Flores en *La música popular en el Gran Buenos Aires*. La autora caracteriza a la bailanta como *un galpón con techo de chapa y con los infaltables chamameceros: “Cuando en la década del ’40 reciben Buenos Aires y su conurbano cerca de dos millones de migrantes atraídos por el status más alto del oficio industrial, los litoraleños aportarán como elemento cultural la ‘bailanta’ (...) En este momento los migrantes se reúnen ‘pa’ ver gente’ en los locales de baile, génesis de las actuales bailantas, pero descendientes de las vigentes en el Litoral. (...) El público de la bailanta es casi exclusivamente migrante”* (Flores, 1993: 60)

En esos establecimientos y con ese público migrante la cumbia fue popularizándose. También se bailaba chamamé, cuarteto cordobés e hibridaciones que se fueron produciendo. Dicho contexto ha sido explicado por el sociólogo Jorge Elbaum (2001) quien resalta la discriminación hacia las bailantas y su público: *“El tropical, la bailanta y el cuarteto son lugares sociales consumidos y ocupados, básica y mayoritariamente por los sectores populares, y como tal, juzgados con la vara racista que mide las producciones culturales según quiénes las consumen”*<sup>1</sup>.

Elbaum continúa su explicación mostrando que la oposición bailantas-disco no es casual: *“A partir de fines de los años ’70 las disco masificaron —como mecanismo de garantía de la distinción y el prestigio— la propuesta de la exclusión étnica y estética. (...) Curiosamente, por esos mismos años ’70 se inició la multiplicación de las disco tropicales”*.

Esa multiplicación recibió un nombre, tal y como lo explica Cragolini en sus reflexiones acerca del circuito y promoción de la bailanta y de su influencia en la creación y recreación de estilos: *“Con el término bailanta se homogeneizó (...) a un conjunto heterogéneo de prácticas vinculadas al hacer musical de los sectores subalternos residentes en Capital Federal y el Conurbano bonaerense. La revitalización del ‘mercado musical tropical’, el surgimiento de los locales bailables destinados a la difusión de sus productos y el ejercicio de promoción de los medios masivos, demandaron el acuñamiento de un término que englobara a todas sus manifestaciones facilitando la venta del producto. (...) Los antiguos locales —galpones provincianos—, y los nuevos loca-*

*les —discos porteñas— fueron denominados bajo el nombre de bailanta. Surgió entonces un mercado discográfico ‘tropical regional’ con el incentivo de compañías discográficas nacionales (...) de un género poco explotado por los sellos multinacionales”* (Cragolini, 1998: 294).

Como vimos con Flores, el término “bailanta” era ya usual y allí se difundían los géneros tropicales. Es probable que las compañías nacientes hayan promocionado principalmente a los locales bailables con sus respectivos shows, debido a que en los años ’80 la producción de material discográfico era más costosa (la producción discográfica tropical aumentó considerablemente en los ’90, sobre todo a partir de la popularización del CD). Por otro lado, en el contexto nunca se habló de “música bailanta” sino que se empleaba la expresión “tropical”, o simplemente el género musical en cuestión (“cuarteto”, “cumbia”, etc.). Siguiendo la oposición de Elbaum, es en el contexto de las discos de clase media donde se utiliza el término “bailanta” despectivamente, tanto para referirse a la música como a los locales bailables.

El mercado que aglutinó las bailantas y el correspondiente circuito de emisoras —que en adelante llamaremos “mercado tropical”—, tuvo su primer gran impacto trascendiendo su propio circuito hacia finales de los ’80 y principios de los ’90 (fundamentalmente en el verano 90-91) con La Mona Jiménez, Ricky Maravilla, Alcides, Pocho la Pantera y otros. Ellos no hacían cumbia, sino géneros y estilos “alegre o festivo”, “cuartetero”, etc., según la clasificación que hace Cragolini<sup>11</sup>. La movida tropical se hizo conocida para el gran público nacional y lo preparó para lo que sería posteriormente el auge de la cumbia.

Ya en los ’90, con Comanche (álbum “No me digas adiós”), y Sombras (con “Boquita de caramelo”), comenzó la moda de la cumbia y la casi inmediata producción masiva de la fórmula exitosa. A partir de entonces proliferaron grupos de cumbia de diversos estilos: norteño, peruano, tradicional, etc.

Un nuevo motor del mercado tropical fue la denominada “cumbia villera”, que en 1998, en plena recesión económica, hizo su primera aparición con Guachín, y desde 1999 con los grupos Damas Gratis, Flor de Piedra y Yerba Brava. Sus temáticas carcelarias, callejeras y duras tuvieron una recepción sumamente dispar entre los distintos sectores de la sociedad argentina.

## LOS TEMAS

En el ambiente de los músicos, representantes, productores, y dueños de boliches tropicales se ha llegado a afirmar que la cumbia villera arruinó al mercado tropical. Si durante la gestación de éste y del circuito de boliches, radios y programas de TV, otros secto-

res vieron en la bailanta un claro efecto de la decadencia cultural, la posterior aparición de la cumbia villera caldeó los ánimos, ya de por sí efervescentes debido a la crisis. Músicos de otros géneros, en especial de rock, como Charly García, se sumaron a la crítica, en una sociedad en busca de chivos expiatorios. Lo mismo puede decirse del COMFER. En este sentido, los medios de comunicación terminaron convenciendo a los mismos actores de la movida tropical de que la cumbia villera, y principalmente las temáticas villeras, los habían arruinado. Una vez más en la historia, se colocó la carreta delante del caballo: la crisis desencadenó más violencia, más delitos, y la música se volvió textualmente más violenta. Lo que antes era bailes, diversión y olvido, se convirtió en un infierno. Cuenta Gonzalo Ferrer, de Amar Azul que: *“El pogo empezó en la cumbia con Amar Azul; hasta yo me sorprendí las primeras veces por ver un pogo mientras tocábamos. No lo podía creer. Ahora, hacen pogo hasta con Xuxa. Es moda, la gente esta redescubierta y el público cambió: no hay mas viejas gordas como antes en las bailantas. Ahora son todos pendejos barderos”*<sup>2</sup>.

Sólo en Gran Buenos Aires se cerraron las puertas de una buena cantidad de boliches tropicales. También se dio de baja a diversos programas de TV y radio, así como emisoras tropicales y revistas. Por esta contracción muchas bandas dejaron de tocar o tocaron mucho menos.

Sin embargo, pasado lo que podría llamarse el auge de las temáticas de droga, marginalidad y delito en el 2002 y 2003, y de acuerdo con las letras de grupos líderes como Yerba Brava, Pibes Chorros y Damas Gratis, encontramos en las últimas producciones de fines de 2003 un vuelco hacia las temáticas románticas y festivas, con elementos típicos como los términos “menear”, “baile”, “moverse”, “saltar”, etc. En el caso de la producción de cumbias con letras románticas, podríamos colocar como puntos de inflexión a la bonita canción “Niña” de Damas Gratis, o “Te traigo una rosa”, de La Repandilla, que ha generado una considerable cantidad de imitaciones.

Si tenemos en cuenta el ánimo de optimismo que han infundido los medios de comunicación al hacer hincapié en algunas mejoras en las variables económicas, sobre todo desde la asunción de Kirchner, puede decirse que no es casualidad que la movida tropical pretenda recuperar su anterior brillo con las letras románticas. Se puede establecer una relación, pues, entre este optimismo postcrisis, y la vuelta a las letras románticas y festivas. Hay que tener en cuenta, no obstante, que las condiciones actuales no son las mismas que en los '90; hay una creciente piratería de CDs, un auge de mp3s, una recuperación mediática gradual del rock, una renovada posibilidad de compra de equipos de producción musical por parte de artis-

tas que lograron cierta fama, y carencia de una nueva corriente y consiguiente saturación de las existentes.

## ¿CANTIDAD O CALIDAD?

Tal como sucede con otros mercados, por ejemplo, el de los Reality Shows —que ha dado frutos como las bandas Bandana y Mambrú—, en la movida tropical a menudo aparecen grupos musicales con música poco elaborada y letras fáciles de aprender, que logran cierta fama por muy corto tiempo (unos 3 meses), y desaparecen de escena. Es el caso de los gupos La Tribu, El Indio, Ya Cansan, TKB, Grupo Rempachado, Los PibeXRan y muchos otros; la lista es bien larga.

Esto no sucede sólo desde la cumbia villera. Cragolini notó que en la producción musical del mercado tropical hay *“simplificación y estandarización de patrones musicales (...) en la búsqueda de la captación del mayor número de consumidores”* (p. 300). Esta estandarización y simplificación es, de cualquier modo, relativa: existen grupos y canciones de calidades diversas, que no difieren con la calidad musical reinante en el mercado internacional. Si hay diferencias en la interpretación y perfección en los arreglos —teniendo en cuenta la tradición de la música popular y académica de occidente—, en todo caso se dan debido a la formación de los músicos, como sería el caso entre un sesionista con una maestría y un músico con amplia experiencia pero con menos estudio, como Ferrer, Lescano o Belondi, que son líderes de bandas villeras.

Los actores de la movida tropical también explican que aquella simplificación, estandarización, y baja calidad musical, es otra de las causas de la implosión de su mercado. La intención lucrativa, tanto de los empresarios como de los músicos, muchas veces ha sacrificado la calidad musical: los plazos son muy cortos, generalmente el repertorio es armado por el tecladista/director (a menudo experimentado), se consiguen músicos con poca o nula experiencia cuyas aspiraciones económicas no van más allá de viajar y divertirse, y en muchos casos sólo de subirse a un escenario. La banda así tiene un bajísimo costo y su cachet aumentará en la medida que logre algún hit. Una de las diferencias con respecto a los '90 es a nivel tecnológico, ya que actualmente es posible no necesitar más instrumentos que uno o dos teclados, con sonidos muy reales. De esta manera muchas veces los “músicos” sólo suben al escenario para hacer el show, intercambiándose instrumentos, etc. Bajo y percusión están meramente para lograr un efecto másailable y festivo.

Toda esta situación conviene a corto plazo al empresario tropical, quien procura más grupos nuevos que seguirán los lineamientos de los hits. Desde el punto de vista de los músicos, el hecho de copiar “hace el camino más corto”, es decir, logra aceptación

más rápido. El empresario probará al grupo fijándose en que la gente no lo rechace, se entretenga y siga bailando. En este contexto, Belondi y Lescano son los que más se han animado a innovar tímbrica e instrumentalmente, e incluso en la armonía o en la temática. También han insertando otros géneros ajenos a los tradicionales en la movida tropical. Esa innovación y producción de hits, ha generado jugosos contratos de estos músicos con una de las empresas líderes —Magenta—, que así se asegura “el original y las copias”: *“Luego de la desvinculación de la productora de Andrés Grimolizzi, fueron varios los ‘peso pesado’ de la Movida que quisieron incorporar dentro de su Staff al grupo villero más reconocido.* [N. del A. Damas Gratis]. *La pulseada finalmente la ganó Jorge Kirovsky* [N. del A. dueño de Magenta] (...) *Se comenta que el nuevo contrato sólo pudo ser llevado a cabo luego de haber convenido una importantísima suma de dinero en billetes verdes. También habría sido parte de la operación un lujoso departamento en la Capital y... un automóvil marca BMW”*<sup>3</sup>.

Hay un gran contraste, evidentemente, entre las sumas percibidas por unos y otros músicos.

La actual situación de los grupos que producen los restantes estilos de cumbia (santafesino, norteño, peruano, tradicional y fusiones), con una música a menudo más elaborada, es mejor que durante el pleno auge “villero”. Cuentan los líderes de varios grupos que desde 1998 dejaron de hacer varios shows por noche en Buenos Aires, lo que motivó que buscaran nuevos mercados en ciudades del interior u otros países. Recién han vuelto a Buenos Aires en 2003, y fundamentalmente en lo que va del año 2004, si bien con menos shows. También han aparecido nuevos artistas, como el caso del norteño Sebastián Mendoza, y vuelven a sonar los clásicos, como Los Palmeras y Los Lamas.

## PROTAGONISTAS

Tal como sucede en otros mercados musicales, en el de la cumbia villera hay una considerable cantidad de imitaciones de las bandas líderes. Particularmente se da el caso en que más de un grupo líder se apoya en un mismo músico que lo dirige y arregla. Esto ocurre con Pablo Lescano (Flor de Piedra, Damas Gratis, Amar y Yo) y Oscar Belondi (Eh Guacho, La Repandilla, La Base, Yerba Brava), que este año han sido “comprados” por Magenta. Las imitaciones son múltiples, y pueden ir desde la copia de la tímbrica de una banda y la inclusión de elementos musicales de otros géneros, hasta el plagio deliberado de motivos melódico-rítmicos de hits.

En esta segunda etapa de la cumbia villera, Lescano y Belondi son los músicos más importantes. No son nuevos en la música tropical: ambos cuentan con una larga carrera, lo que les posibilita un conoci-

miento práctico-intuitivo. Lo mismo sucede con otros músicos que, si bien no han logrado ese grado de notoriedad, dejan ver en su producción un amplio conocimiento de los diversos géneros y estilos explotados por el mercado tropical. Es el caso de Ferrer (Amar Azul, Guachín), Rojas, “El Brujo” (ambos de La Cumbia), y “El Chino” y “El Mago” (La Nueva Luna).

## UNA CUESTIÓN DE MERCADO

Desde esta óptica se puede analizar el nuevo fenómeno villero como un intento del mercado para captar consumidores adolescentes. Podemos citar como ejemplo, sobre todo, a la actual cumbia-murga, que tiene pasajes reggae, ska, murga, hip hop, y cuyos músicos usan prendas similares a las que llevan los grupos de hip hop o las mismas murgas.

Tanto músicos tropicales como dueños de boliches, representantes y empresarios tropicales en general manifiestan la poca conveniencia del sector. La causa es principalmente económica: los adolescentes de las clases populares no pueden pagar más de 5 pesos por una entrada ni mucho menos por un CD, y no consumen dentro del boliche, sino antes de entrar.

En este sentido, el retorno de las letras románticas, y la “reactivación” norteña, santafesina, que se planteaba en el mes de julio, por ejemplo en [www.tropicalisima.com](http://www.tropicalisima.com), tiene como fin económico volver a captar a consumidores de más de 25 años, protagonistas del auge de los '90 y “que consumían e iban a bailar bien vestidos”, según cuenta un dueño de boliches tropicales.

## CONCLUSIÓN

Se han analizado diversos hechos que muestran que el estado actual de la cumbia es totalmente dependiente del mercado tropical, que se apropia de los artistas más creativos y multiplica sus innovaciones. Podemos dividir a los restantes músicos entre los que ya tienen experiencia de años, y los que son llamados para integrar proyectos de corta duración. Los primeros son menos contratados (a pesar de la “campaña romántica” explicada) debido a razones puramente económicas; cuentan con menos publicidad y difusión y tienen finalmente que buscar oportunidades en otros países y ciudades. Como contrapartida, ellos permanecen fieles a su estilo, y sus producciones dependen puramente de ellos mismos, tanto en lo creativo como en la grabación. Los segundos, por su parte, dependen de los vaivenes del mercado, cuentan con gran publicidad y difusión mientras sean rentables y sus producciones, tanto en lo creativo como en las restantes etapas, dependen exclusivamente de los estándares que establecen los hits de los principales artistas.

## NOTAS

- <sup>1</sup> “La venganza de los olvidados” en *Página/12*, 2 de julio de 2000, Buenos Aires, 2002.
- <sup>2</sup> Entrevista de Diego Martín Pérez a Gonzalo Ferrer, disponible en [www.muevamueva.com](http://www.muevamueva.com)
- <sup>3</sup> Fermín Cerdán en [www.muevamueva.com](http://www.muevamueva.com)

## BIBLIOGRAFÍA

- CERDÁN, Fermín, en <http://www.muevamueva.com/grupo/damasgratis/>, Buenos Aires, 2004.
- CRAGNOLINI, Alejandra, “Reflexiones acerca del circuito y promoción de la bailanta y de su influencia en la creación y recreación de estilos”, en *Procedimientos analíticos en Musicología*, Actas de las IX Jornadas Argentinas de Musicología y VIII Conferencia Anual de la A.A.M, Alejandra Cragolini, Elizabeth Roig e Irma Ruiz eds., Buenos Aires, 1998.
- D’AMICO, “La cumbia colombiana. Análisis de un fenómeno musical y sociocultural”, Actas del IV Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, México, 2001 Disponible en [www.hist.puc.cl/historia/iasplma.html](http://www.hist.puc.cl/historia/iasplma.html)
- FLORES, Marta, *La música popular en el Gran Buenos Aires*, Biblioteca Política, Buenos Aires, 1993.
- PÉREZ, Diego, “Entrevista a Gonzalo Ferrer”, en [www.muevamueva.com/grupo/amarazul/](http://www.muevamueva.com/grupo/amarazul/), Buenos Aires, 2004.