

LA CHAMPETA EN EL CARIBE EN COLOMBIA. VALORES EN CIRCULACIÓN DE UN FENÓMENO MUSICAL POLIFACÉTICO

Mauricio Pardo Rojas⁸⁹
Universidad de Caldas
mauricio.pardo@ucaldas.edu.co
DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v15i3.1102>

RESUMEN

La circulación musical en el picó-champeta va más allá de la circulación de canciones, es la circulación de la fiesta de picó, dinamizada por las fanaticadas y cuyo combustible es la constante renovación de la exclusividad. Más que “representar” o expresar, especificidades sociales, en la dinámica del picó-champeta circulan relaciones sociales condensadas tanto en el evento festivo del picó champeta, como en las diferentes dinámicas de lugar y de reproducción de las piezas musicales. Este es un circuito casi totalmente local y regional que se efectúa mayormente por fuera de los canales corporativos de las industrias musicales. En el picó champeta se da un proceso recíproco de circulación de valores de uso y de valores de cambio. Buena parte de la producción y circulación de este fenómeno ocurre a través de las tecnologías digitales de edición musical y adquisición y difusión de contenidos e información en el internet, facilitando aún más el control de la empresa-picó sobre todo el proceso de producción y circulación, pero paradójicamente al mismo tiempo manteniéndolo restringido dentro de un estrecho circuito económico determinado por unos límites sociales de clase social y étnico raciales y espaciales de región y de lugar.

ABSTRACT

The musical circulation in the picó-champeta goes beyond the circulation of songs; it is the circulation of the party of picó, energized by the fandom and whose fuel is the constant renewal of the exclusivity. More than “representing” or expressing social specificities, in the dynamics of the picó-champeta circulate social relations condensed both in the festive event of the picó champeta, and in the different dynamics of place and of reproduction of the musical pieces. This is an almost totally local and regional circuit that is mostly performed outside the corporate channels of the musical industries. In the picó champeta there is a reciprocal process of circulation of values of use and values of change. Much of the production and circulation of this phenomenon occurs through the digital technologies of music publishing and through acquisition and dissemination of content and information on the internet, further facilitating control of the picó, as a small enterprise, over the whole process of production and circulation. But paradoxically at the same time, keeping it restricted within a narrow economic circuit determined by racial, spatial, social, ethnic and class boundaries.

Significaciones, relaciones, circulaciones y medios.

¿Cuál es el enfoque antropológico más idóneo para abordar una expresión social cuya existencia y producción depende de su recepción y circulación en un complejo urbano que involucra música, canto, danza y eventos sociales de asistencia multitudinaria a través de su reproducción electrónica en equipos de sonido, grabaciones, radio, internet y televisión? En general un análisis antropológico sobre una formación musical podría enmarcarse en discusiones más generales sobre la posibilidad o especificidad de una antropología del arte. Entre las discusiones que se han planteado más recientemente en la antropología anglosajona descuellan tres posiciones divergentes.

De un lado la antropología cultural norteamericana en su vertiente interpretativa a través de su proponente Clifford Geertz (1998[1983]) propone abordar el arte en términos de los significados particulares contextuales, que le dan sentido, específicos a cada grupo local. Tendencias importantes la antropología social británica contemporánea (Overing 1996, Gell 1998) plantean entender las expresiones artísticas y los objetos de artes como encarnaciones de relaciones sociales, como entidades con características de personas dotadas de agencia de cualidades, potencias y trayectos existenciales. De otra parte, recientes enfoques norteamericanos (Ginsburg et al 2002) sugieren adoptar antropologías en la modernidad que analicen las creaciones de arte como elementos vehiculados por la ubicuidad de los medios de

comunicación y por las tecnologías de la información y la comunicación, situados en el sistema mundo contemporáneo y afectados por procesos de configuración de identidades étnicas y nacionales y por múltiples cruces y traslaciones. Estos planteamientos no son excluyentes. Un ensamblaje socio musical como el de picó champeta ha de ser entendido por su contexto e intrínsecos procesos de significación, por las relaciones sociales que entrañan sus agentes y productos humanos y artísticos y por las determinaciones de las dinámicas sociales, económicas y tecnológicas en las que existe.

El carácter polifacético y la incommensurabilidad de las expresiones musicales, especialmente de aquellas con significativo componente tecnológico en contextos urbanos marcados por notorias diferencias étnicas y sociales, no solo permite, sino que impone la aplicación de múltiples enfoques, incluidos los anteriores, para entender algunas de sus dimensiones múltiples y articuladas. Un fenómeno de tal complejidad puede ser, además, mejor entendido si se aborda el proceso social general de producción en sus aspectos material y simbólico, especialmente en su fase de circulación. Un producto de cualquier tipo, material, discursivo, artístico, solo se realiza como tal cuando transcurre en el circuito productivo y es finalmente consumido.

En la producción no mercantil, los productos circulan en virtud de su valor de uso sea éste material, expresivo, ritual, o religioso. Desde los inicios de la antropología una de sus temáticas centrales ha sido el de la manera en que para diferentes sociedades los elementos

donados o intercambiados son entes dotados de propiedades personales (Mauss 2009[1925]), e incluso en importantes teorías más recientes se ha analizado cómo los productos intercambiados no solo poseen una sustancia personal sino que además encarnan relaciones sociales específicas tales como las particularidades de género, estatus y de la reproducción humana (Strathern 1988). Se tiene entonces que en la dimensión no mercantil del intercambio esas relaciones no son simplemente “económicas” sino que son sociales en toda su integralidad y complejidad y como toda relación social, son relaciones materiales, pero no se dan simplemente como escuetos actos conductistas, sino que solo pueden realizarse a través del ámbito de lo simbólico (Levi Strauss 1977, Geertz 1988), por medio del lenguaje, del discurso y de la performatividad (Austin 1977, Butler 2001).

Desde la edad media en Occidente la música se empezó a configurar como una profesión, como una actividad remunerada y desde la invención de los medios de reproducción tecnológica desde finales del siglo XIX los productos musicales han circulado como mercancías dentro del mercado capitalista hasta llegar a convertirse en uno de los sectores de mayor poder económico y corporativo. La economía capitalista se caracteriza por la circulación mercantil en la que no se intercambian productos por productos, sino productos por dinero, los cuales se convierten así en mercancías; los productos circulan no de acuerdo a su valor de uso sino según su valor de cambio tasado en dinero.

El núcleo y fundamento de la economía capitalista es la conversión de los productos

de la actividad humana en valores de cambio, en mercancías, de forma que quienes detentan los medios de producción y de circulación puedan apropiarse y acumular parte del valor producido por el trabajo y la creatividad. Aunque la tendencia sistémica es la de convertir todo producto en mercancía, en valores de cambio, todo producto tiene un valor de uso e importantes áreas y aspectos de la producción humana circulan con importantes componentes de valores de uso y con elementos simbólicos asociados. En esta economía capitalista el consumo se efectúa impulsado por la publicidad, que no solo exalta las cualidades de uso del producto, sino que a través de imágenes y discursos explícitos e implícitos lo promueve como satisfactor de deseos (Baudrillard 1983), como factor de prestigio (Bourdieu 1988) o como vínculo con colectivos identitarios (Joseph 1988).

Especialmente con respecto a productos musicales, junto a la circulación mercantil ampliada, coexisten también la circulación mercantil simple y varias formas de intercambio de valores de uso. De un lado las mercancías mismas, debido a sus variados valores de uso, generan continuamente relaciones no mercantiles y de otro lado los precios de algunas mercancías, entre ellas ciertos productos expresivos, artísticos u ostentosos, son fuertemente influenciados por relaciones no mercantiles del tipo de sanción social o prestigio (Lapavistas 2002, Bourdieu 1988 [1979], Miller 1995).

Las tecnologías digitales de sonido y video han tenido un impacto significativo sobre el marco ontológico del arte de la modernidad occidental y sobre las dinámicas del mercado capitalista de la música dominado por unas pocas

corporaciones multinacionales. El acceso en computadores personales a la más avanzada tecnología de edición de audio y video desde principios de la década de 1990 al rebajar exponencialmente los costos de edición y al combinarse con la proliferación de sitios particulares en internet ha permitido el ascenso de la producción y la circulación musical independiente y ha difuminado las fronteras entre arte y técnica musical, entre ejecutantes y audiencias, entre obra original y reproducción (Sinnreich 2007)

El aspecto performativo de las relaciones sociales, sitúa a las personas no solo como agentes dentro del circuito productivo como productores, comerciantes o consumidores, sino también como actores en las esferas de la representación y la identificación (Butler 2005). Esos variados, móviles y flexibles procesos de identificación se desarrollan a través de actos reiterativos y repetitivos que se afianzan en niveles profundos de la conducta y la personalidad, dentro del conjunto estructurante que Bourdieu (2012 [1972]) dentro de una análoga perspectiva analítica denomina *hábitus*.

La pluralidad de ensamblajes entre valores de uso y valores de cambio, de distintas calidades de agentes económicos y productivos, de discursos y actos performativos, del involucramiento y generación de colectivos identitarios, y del uso diverso por parte de técnicos, músicos y públicos de tecnologías de la información y la comunicación resulta en realidades polifacéticas que a su vez imponen abordajes multidimensionales metodológicos y teóricos cuando se aborda la producción, circulación y consumo de ciertos intrincados productos

musicales como el picó-champeta.

El picó champeta

En la región del Caribe colombiano, principalmente en las barriadas más pobres y con mayoría afrodescendiente, se ha desarrollado una compleja realidad socio musical que puede ser denominada el picó-champeta. Los eventos de esta expresión se originaron y ocurren en mayor proporción en las dos ciudades principales de la región, Cartagena (un millón habitantes) y Barranquilla (dos millones de habitantes), y aunque existen con menor intensidad, revisten importancia social en todas las demás ciudades de la región (Contreras 2003).

Desde los años 1940s, en Cartagena y Barranquilla, existen los picós (expresión local del término del inglés 'pick-up' para tocadiscos) que se usan para animar fiestas y eventos públicos amplificando música grabada. Son máquinas de sonido potentes que han sido construidas y mejoradas por técnicos locales, con procedimientos muchas veces artesanales, quienes las han desarrollado usando la tecnología disponible en el mercado para obtener el máximo volumen, siendo al mismo tiempo transportables y ensamblables por un grupo limitado de personas. Evolucionaron desde aparatos sencillos con un tocadiscos y un parlante en los años 1940 hasta los potentes equipos de hoy en día que son armados con la mejor tecnología disponible en el mercado internacional y pueden emitir 50.000 vatios, el máximo volumen usado en los más grandes conciertos del mundo, en estadios o al aire libre. Desde sus inicios, los picós de mayor tamaño han sido un negocio en el que se cobra la entrada

y se vende licor y comida. Picós de menor tamaño cobran por presentarse en eventos o fiestas más reducidas y muchas personas tienen picós domésticos para las fiestas familiares o para animar la cuadrada.

En las ciudades caribeñas colombianas había una gran actividad de las agrupaciones de tambores y flautas de música tradicional en un intenso calendario festivo y carnavalesco (Gutiérrez 2000). Con la irrupción de la tecnología de amplificación y reproducción, de la discografía y la radio, a comienzos del siglo XX, las dinámicas socio musicales iniciaron una radical transformación que marcó el decaimiento de los conjuntos musicales vernáculos y la creciente afición por animar las fiestas con equipos de sonido a comienzos de siglo con las victrolas y después con los picós. Pero al tiempo que las empresas radiales y discográficas comercializaban, transformaban y se lucraban de la música popular, los dueños de picós, tanto familias como pequeños comerciantes, creaban circulaciones paralelas pero reducidas del producto musical. Circuitos que eran simultáneamente una innovación de la fiesta popular, la cual, a partir de las comparsas camavalescas y las fiestas barriales, paso a centrarse en casetas o en encierros callejeros animados por los picós. Hasta allí, dichas dinámicas eran parte de tendencias globales en el Caribe urbano internacional, en las que como en otras partes del mundo, se configura un tipo de negocio que reproduce música grabada en bares, tabernas y bailaderos (Botero, Ochoa, Pardo 2011: 68).

Surgieron pequeñas redes informales de comerciantes que importaban, casi siempre de contrabando, discos para vender a los dueños de los picós. Desde finales de los 1950s en Barranquilla

se había instaurado la importación de música del Caribe hispano para los picós, principalmente de Cuba y Puerto Rico y de las agrupaciones de este origen basadas en Nueva York, música que no tenía ninguna comercialización formal en el país; al poco tiempo esta dinámica se había instaurado también en Cartagena (Botero, Ochoa Pardo 2011: 69).

Desde finales de los años 1960 el fenómeno del picó pasa a ser un caso de intercambios múltiples de músicas entre ciudades del Caribe colombiano y países y territorios del Caribe insular como Cuba, Haití, Jamaica, Trinidad o Martinica, y países africanos como el Congo, Suráfrica, y Nigeria. Desde esa época los dueños de picós procuraban conseguir discos que no se encontraran en el mercado local para ofrecer un producto único para sus clientes. Se creó desde entonces una de las características fundamentales de los picós, la dinámica del “exclusivo”: los picós procuran tener música que no poseen sus competidores y así satisfacer a su público y garantizar su éxito comercial.

Desde comienzos de la década de 1970 algunos de esos comerciantes comenzaron a traer música del Caribe francófono, principalmente compas y mini jazz de Haití, y kadans de Martinica y Guadalupe y algo del Caribe anglófono, tal como soca de Monserrat y Trinidad, y cadence de Dominica. Los dueños de los picós destruían las carátulas y borraban los sellos de los discos para mantener el secreto de los “exclusivos”; las letras en francés e inglés impedían aún más que la gente identificara las canciones. Algunos comerciantes y dueños de picós establecieron también un negocio de hacer compilaciones piratas en casetes

de esas músicas (Abril y Soto 2004). Poco después por medio de marineros y comerciantes, comenzaron a llegar a los picós músicas de África, principalmente el soukus del Congo y el mbanga de Sur África, aunque llegaban discos de otras partes como el highlife de Nigeria y de Ghana, o el makossa de Camerún (Cunin 2007). Se buscaba dotar a los picós de músicas que al mismo tiempo sonaran de alguna manera como “contemporáneas” pero que evocaran afiliaciones referidas inicialmente a un Caribe afro y luego a una África genérica. Se fue configurando así una etapa más reciente de “encuentros globales a través de la música, más allá del control de artistas o consumidores individuales” (White 2012: 6). No son solo encuentros de líneas musicales aisladas sino relacionados con “universos ideológicos globales” que valoran aspectos e imágenes específicas de tradición, cosmopolitanismo o modernismo (Menezes Bastos 2007: 21).

Es en este período cuando se configura en Cartagena y Barranquilla un flujo idiosincrático del producto musical en los sectores populares de trabajadores y de actividades informales. A la vez que los pequeños comerciantes alrededor de los picós eludían el mercado del *hit parade* corporativo discográfico nacional e internacional, al optar por el contrabando de discos antillanos y africanos, se fue constituyendo un peculiar estilo urbano festivo con su propia música, su propia forma de bailar, sus propios lugares, su propia circulación musical que integraba un intenso movimiento tanto de valores de uso y de valores de cambio musicales. Una escena musical que integraba tanto la identificación colectiva de verbeneros en

Barranquilla⁹⁰ y picoteros en Cartagena, la caracterización de ciertas áreas urbanas y sectores de población, y el negocio que progresivamente se establecía como una constelación de picós y sus grupos de fieles seguidores (c.f. Straw 1991). Una escena y un negocio en los que surgieron actores específicos, los comerciantes de discos, los dueños de picós, los trabajadores que los ensamblaban y manejaban, y el colectivo de aficionados que se segmentaban en los grupos de seguidores de cada picó (Botero, Ochoa, Pardo 2011: 71).

Desde finales de los años 1970 hubo varios diferentes intentos de producir ese tipo de música “africana” con músicos locales, pero ninguno lograba alcanzar un nivel de éxito que compitiera con los “exclusivos” de los picós. Desde principios de los 1980s los empresarios piratas, ocultando la identidad de músicos y canciones, además de los casetes, estaban, con gran éxito, fabricando y vendiendo además de los casetes, copias en discos de acetato de música africana en los sitios de mercados populares de Cartagena y Barranquilla (Abril y Soto 2004). Además, los picós avanzaron tecnológicamente desde los tubos catódicos hacia la tecnología de transistores que fue implementada por técnicos locales quienes además aumentaron progresivamente la capacidad de potencia acudiendo a los últimos adelantos de la industria de fabricación de parlantes.

Toda esta música, caribeña franco y anglófona y africana occidental de distintos

países y ritmos se conocía genéricamente como “música africana” y ya para esta época de fines de la década de los 1970 los picós y esta música eran la forma de fiesta y baile más popular en las barriadas pobres con una alta predominancia de población afrodescendiente de Cartagena y Barranquilla.

La realidad contemporánea de esta música “champeta” es resultado de múltiples cruces transcontinentales e internacionales de ida y vuelta y de los medios tecnológicos y sociales que permiten tales desplazamientos. Músicas afroamericanas de la primera mitad del siglo XX como el jazz, el blues, el soul, el gossell, o la rumba cubana influenciaron la aparición en África de músicas como el highlife en Nigeria y Ghana, el soukous en Congo, o el mbaganga en Sur África, o en el Caribe no hispanófono del compas en Haití, el soca en Trinidad, el reggae en Jamaica, el kadans de Martinica o el zouk de Guadalupe (Pacini Hernández 1993).

La procedencia de los estratos más pobres de los seguidores de esta música y la reputación de violencia de esos sectores urbanos hicieron que sus seguidores comenzaran a ser llamados “champetudos” ya que “champeta” es un cuchillo usado para cortar pescado en el mercado popular en Cartagena y que también aparece como arma en riñas callejeras. Rápidamente se extendió en Cartagena el apelativo de “música de champeta”, luego “música champeta” y finalmente simplemente “champeta” para denominar a la música “africana” (Contreras 2003). Con el tiempo el término fue perdiendo sus connotaciones peyorativas, y se extendió al resto del Caribe colombiano.

De 1982 a 1997 se realizó en Cartagena el Festival Internacional de Música del Caribe. Los organizadores del Festival incluyeron a la champeta y al picó como elaboraciones musicales locales representantes de la región y del país. La imagen de la champeta y el picó se legitimó en cierta medida ante las clases medias entre las que se había extendido una visión que los asociaba a la delincuencia y la violencia. En algunos círculos se empezó a considerar a esta manifestación musical como parte de la esfera de la World Music. Un promotor cultural y cinematografista lanzó en París en 1998, un año después del último Festival, el disco “Champeta Criolla vol 1.” promoviéndolo como parte de esas músicas del mundo. Desde mediados de los años 1980s se consolidaron los programas de radio de música champeta en emisoras de Cartagena y Barranquilla, agregándose así un importante elemento de difusión y circulación de esta música (Mosquera y Provansal 2000).

Algunos grupos locales lograron a mediados de los 1980s tener efímeros éxitos en la venta de discos, pero en general el público seguía fiel a la dinámica de los “exclusivos” piratas de los picós. De forma análoga a como los músicos locales de diversas periferias adaptan componentes de las músicas de los centros capitalistas internacionales, por ejemplo, la forma en que músicos de jazz brasileño han traducido a la práctica local algunos elementos del jazz norteamericano (Piedade 2003: 8-10), poco a poco músicos y cantantes locales fueron desarrollando un estilo musical con elementos de las múltiples líneas musicales internacionales que

90 En Barranquilla, el tipo de fiestas animadas por picós en casetas, o calles cerradas, con importante presencia en el período carnavalero se denominó como ‘verbenas’ y sus aficionados como ‘verbeneros’.

convergirían. Elementos tales como unas cadencias del bajo y de la percusión afines a los ritmos caribeños no hispanófonos y a los africanos, las estilizaciones melódicas de la guitarra del soukuss. O el desarrollo dramático con una introducción y un clímax rítmico y dancístico (llamado ‘espeluque’ en la champeta) un rasgo que se ha ido reconfigurando en sucesivos cruces trasatlánticos, característico de la rumba congoleña, la cual lo había heredado de la rumba cubana, herencia a su vez de la música bantú. Aunque no lograron individualmente el éxito comercial fueron creando una gramática musical que sentó las bases para la producción digital y vertiginosa de la champeta actual (Bohórquez 2002).

A finales de los 1980s se había agotado el margen del negocio de copia de discos africanos, en parte por la generalización del uso del casete que eliminó la ventaja del exclusivo africano de contrabando, y en 1993 el picó El Rey de Rocha, el más grande de Cartagena, decidió empezar a producir sus propios “exclusivos” con músicos locales. Inicialmente plagiando las músicas de las canciones africanas y grabando esos *covers* con cantantes locales. Pero poco después también empezaron a componer canciones basadas en modelos rítmicos y melódicos africanos. El picó grababa los temas, los lanzaba como exclusivos y cuando eran conocidos, lanzaba al mercado el disco con la compilación de unas cinco canciones, del cual lograban vender unos 10.000 ejemplares (Abril y Soto 2004).

En esta etapa, los picós más grandes ampliaron sus actividades comerciales. De ser anteriormente un amplificador de música en la fiesta en una dinámica

de estilo de bar y salón de baile, el picó pasó a ser un productor de acetatos de reproducciones piratas de música africana y de covers por parte de músicos locales. Paralelamente, con la generalización del uso de los casetes, la primera tecnología que permitió al público grabar música, se desarrolló un creciente comercio informal de música de casetes centrado en los mercados populares de Buzurto en Cartagena y el Boliche en Barranquilla. El conjunto de actores participantes de la circulación de los procesos musicales del picó-champeta se extendió con los músicos que hacen los covers, los técnicos de grabación, y el enjambre de comerciantes informales de casetes, además del colectivo de seguidores de los picós que se va ampliando y dinamizándose entre los públicos juveniles de las barriadas de bajos ingresos (Botero, Ochoa, Pardo 2011: 76).

Se fueron retroalimentando mutuamente los procesos comerciales con los procesos de identificación colectiva popular configurando así panoramas sonoros específicos en los que los públicos iban participando activamente tanto de la fiesta en vivo del picó, como de la amplificación de esta música en las casas y barrios y de la sintonía radial.

Ante el éxito de la música que vendía el Rey de Rocha en los mercados locales urbanos caribeños, en 2001 la SONY grabó una compilación con los cantantes que había lanzado el picó El Rey y logró vender 60.000 ejemplares en el mercado nacional. El siguiente volumen en 2002 tuvo un éxito mucho menor y después los cantantes rechazaron la exigencia de

exclusividad de la SONY y así terminó este intento de colocar a la champeta en los mercados industriales musicales (Abril y Soto 2004).

A mediados de la década del 2000, la tecnología de copia de CDs y la correspondiente circulación pirata había arruinado la rentabilidad de la venta de CDs lanzados por los picós. El Rey de Rocha cambió otra vez su estrategia y pasó a producir exclusivos, semana tras semana. Actualmente en estos eventos es predominante un tipo de música basada en ritmos del pop africano occidental producida por los mismos picós y grabada por artistas locales con montajes de tecnología digital.

Los cantautores que aspiran a promover sus piezas graban demos y se los ofrecen a los picós. Si el DJ del picó considera que la canción tiene futuro, se contrata a un arreglista, a un guitarrista, un bajista a veces algún instrumento de viento y el resto de la instrumentación se hace con teclados digitales. A la grabación de la canción se le agregan las “placas” que son estridentes frases de potentes locutores con efectos especiales promocionando al picó, es como un sello que identifica al picó como dueño de la canción. Así al emitir o tocar la canción siempre se le hace propaganda al picó. Una vez terminada se prueba en uno de los bailes de picó y si la respuesta del público es favorable, se continúa tocándola repetidamente varias semanas para fijarla en los gustos del público. Si el éxito se mantiene, después de un tiempo, cuando la canción está agotando su vida útil como “exclusivo”, le envían la grabación a las emisoras de radio para que la difundan. Después de otras semanas, la canción se reúne con otros

éxitos exclusivos para grabar un CD que es entregado a determinados almacenes y acto seguido los piratas lo reproducen y lo venden en los mercados populares de la ciudad. Debido a las realidades contemporáneas de reproducción digital y del mercado pirata que ha eliminado las ganancias de la venta de grabaciones, el picó divulga libremente la música que produce a las emisoras y a los vendedores “piratas” y los beneficios económicos provienen de la entrada del público a los bailes (Sanz 2012, de la Ossa 2016).

Anualmente el picó financia la elaboración de un DVD con videos de sus mejores éxitos y los reparte en un evento de lanzamiento a los asistentes que compran las boletas (Botero, Ochoa, Pardo 2011: 87)

En este esquema el picó crea su propia demanda con su público y luego “usa” a la radio y a los piratas para incrementar la demanda de asistencia a los bailes. No es solo que el picó “necesite” a la radio para divulgar sus canciones, es que la radio también necesita de los “exclusivos” exitosos para ampliar su audiencia: el público oyente está esperando oír por la radio los éxitos que ya conoce o de los que ha oído hablar. La retroalimentación entre eventos y emisión radial resulta en el mantenimiento y extensión de la escena picotera con la amplificación de la radio en los buses y espacios públicos (Giraldo 2016, de la Ossa 2016).

El baile en los eventos es de alta expresividad sexual, y es análogo a otros bailes eróticos de otras músicas contemporáneas caribeñas y africanas ampliamente divulgadas por internet. Los picós tienen seguidores a la manera de

las hinchadas deportivas que manifiestan su fidelidad asistiendo a los eventos y exhibiendo prendas e insignias. Los elementos más valorados por el público son la novedad de las canciones y los efectos físicos de la potencia de los parlantes (Sanz 2012).

El picó- champeta ha marcado uno de los principales espacios de socialización e identificación de los pobladores de vastas zonas de Cartagena y Barranquilla y otras ciudades del Caribe colombiano. Empresarios, administradores, músicos y trabajadores de los picós provienen de los mismos sectores sociales que el público que asiste a los bailes y escucha la música. Ha brindado una dimensión expresiva característica que determina un nosotros y un exterior que carece de ella (Martínez 2003). Retomando una afirmación de Stokes (1994: 3) para las músicas populares, el picó “organiza memorias colectivas y experiencias presentes de lugar con una intensidad de poder y simplicidad sin paralelo con cualquier otra actividad social”.

La ubicación geográfica, el nivel económico y el componente étnico de la población que ha construido y que se involucra en las prácticas del picó champeta han llevado a las clases dominantes a tratar peyorativamente estas manifestaciones musicales, oscilando entre la invisibilización, el prejuicio y la abierta prohibición. Más recientemente, no obstante, se ubica esporádicamente a la champeta dentro de la institucionalización de políticas del multiculturalismo y el patrimonio continuando así oleadas discursivas como el del cosmopolitismo caribeño o la valoración de prácticas

locales, que de tiempo en tiempo le dan momentáneamente cierto aire de legitimidad al picó y a la champeta, mientras que cotidianamente continúa el hostigamiento de las autoridades y la policía a los bailes de picó y siguen apareciendo comentarios peyorativos en la prensa local y por parte de políticos y administradores. Los discursos sobre las músicas populares, en este caso acerca de los picós y la champeta reflejan, discursos más amplios sobre las configuraciones culturales de la nación (Menezes Bastos 2008: 8).

El contenido musical de los picós y los modos sociales de la fiesta han ido cambiando a través del tiempo desde la década de los 1940s, pero en un giro bien peculiar de los procesos musicales del picó-champeta, configuraciones anteriores no han desaparecido y se mantienen como variaciones estilísticas. En Cartagena unos nueve picós que datan de la década de 1970 se mantienen y son conocidos como ‘picós salseros’, no porque toquen salsa principalmente, sino porque continúan amplificando el repertorio de aquellas épocas en las que se mezclaban los discos haitianos, martiniquenses, trinitarios y africanos con los de música cubana, jíbara puertorriqueña, y con las primeras grabaciones newyorkinas de lo que progresivamente iría a conocerse como salsa (Sanz 2012). El público que asiste a las funciones de estos picós es en buena parte de personas maduras y algunas de la tercera edad que han seguido siendo aficionados desde su juventud, pero también asisten personas de otras edades y jóvenes que muestran preferencia por los estilos de la nueva guardia o la comparten con su afición a

la champeta contemporánea (Botero, Ochoa, Pardo 2011: 31).

En Barranquilla los viejos tiempos verbeneros han sobrevivido en la modalidad de los encuentros y concursos de coleccionistas que se llevan a cabo en los 'estaderos' más tradicionales los cuales son espaciosos bares bailaderos. Algunos personajes que antaño fueron dueños de picós, importadores o comerciantes de discos, o que de vieja data han practicado el hobby del coleccionismo de discos de acetato, han realizado desde finales de los años 1980 encuentros de coleccionistas de música verbenera. En su momento hace tres décadas era la música que se tocaba en la 'verbenas', como se llama en Barranquilla a los espacios cerrados en calles para la ejecución de los picós. Hoy, la música de aquellos tiempos vive a través de los coleccionistas y se toca principalmente domingos o lunes festivos en los estaderos de mayor tradición salsera y verbenera en eventos predominantemente de audición. Los coleccionistas también reproducen su música en espacios radiales o alquilan sus colecciones para diversos eventos festivos (Giraldo 2016)

Como se ha subrayado en párrafos anteriores, las dinámicas económicas y sociales de este proceso musical han sido marcadas en los últimos años por la iniciativa innovadora del picó más grande de Cartagena: El Rey de Rocha. En esta empresa trabajan unas treinta personas, entre administradores, técnicos de grabación y sonido y trabajadores para el montaje del equipo. El picó puede emitir unos 50.000 (cincuenta mil) vatios de potencia, lo cual en teoría es el volumen para un concierto en un gran estadio de

fútbol (Botero, Ochoa, Pardo 2011). El éxito de este picó (y de manera análoga de los picós en general) está ligado al prestigio y reconocimiento de su DJ estrella (Cunin 2007). Existen solo otros tres picós grandes: otro en Cartagena y dos más en Barranquilla, considerados "grandes", aunque son menores que El Rey. En estas dos ciudades hay unos doce picós medianos que también ofrecen espectáculos y venden entradas, y varias decenas de picós menores que son contratados para eventos institucionales, empresariales o familiares. Los eventos de los picós se llevan a cabo en las barriadas pobres en las noches de los fines de semana, se presenta un alto consumo de alcohol y frecuentemente se presentan riñas lo cual genera periódicas prohibiciones y restricciones de las alcaldías y la policía (Sanz 2012, de la Ossa 2016, Giraldo 2016).

Como derivación de la actividad del picó, los cantantes más conocidos son contratados para presentaciones, aunque en general son muy pocas las personas que pueden vivir exclusivamente de los ingresos generados por las actividades de los picós. También, desde la época de los Festivales de Música del Caribe, en la década de los años 1980 y principios de los 1990, los músicos de champeta se han presentado en eventos institucionales y oficiales como expresiones patrimoniales y representativas del repertorio musical de la región e incluso la champeta ha sido objeto de discusiones en eventos académicos (Bernal 2012).

El picó champeta también ha desarrollado un tipo de baile para el escenario. En las presentaciones de los cantantes y en algunos de los videos

promocionales se presentan bailarinas con ropas ligeras ejecutando coreografías con movimientos de alta expresividad erótica. Estas coreografías no están codificadas, no hay un canon de estos bailes en la escena y en general siguen los estilos transnacionales divulgados por internet de bailes de estirpe afro con marcada sensualidad encontrados en el pop afronorteamericano, africano, caribeño y adoptado cada vez más por el pop internacional por estrellas como Madonna, Rihanna, Cristina Aguilera o Lady Gaga (Sanz 2012, Bernal 2012). El baile en el picó champeta escenifica una eroticidad (c.f. Hanna 1999:: 30-37, 44), que revela unas dinámicas sociales públicas de las relaciones entre hombres y mujeres, que desde la época colonial ha sido usualmente reprimida por los cánones dominantes conservadores de las clases blancas mestizas.

El sistema del picó-champeta ha cambiado en muchos aspectos los canales usuales de circulación de mercancías musicales. Gracias a su peculiar uso de nuevas tecnologías y a una distintiva organización de sus relaciones con el medio de comunicación de la radio ha consolidado un circuito de mercado limitado pero sostenible. El uso de las tecnologías de edición musical y los bajos costos de impresión de CDs y DVDs le ha permitido a los picós producir música a bajísimos costos. Como el picó es el medio fundamental de ejecución, divulgación y circulación de la música champeta, muchos jóvenes y algunos profesionales consagrados desean tener sus músicas divulgadas en los picós para poder acrecentar su prestigio profesional y por esta razón ofrecen sin ningún

costo las muestras grabadas de sus composiciones a los picós (Birenbaum 2005, Castro 2017).

Valores, identificaciones y participación: las claves de la circulación en el picó-champeta

El desarrollo, extensión y permanencia del picó-champeta han navegado recíprocamente en la circulación de valores de uso y de valores de cambio. En cuanto a valores de uso musicales, el picó-champeta se ha configurado como una gramática de las relaciones sociales festivas de los sectores populares urbanos del Caribe colombiano. Un lenguaje musical, danzario y festivo que convoca e identifica a diferentes grupos etarios en la construcción de procesos de identificación, de prácticas afectivas, sensibilidades estéticas, sentidos de lugar y presencia y visibilidad. Lo anterior en el contexto de una sociedad muy inequitativa en el que las elites se han mantenido segregadas en su producción y consumo simbólico con respecto a los sectores sociales mayoritarios sumidos en la pobreza y la marginalidad.

Las artes son tanto un modelo de ordenamiento del cuerpo como el resultado del tipo de relaciones sociales en las que surgen. La capacidad de pueblos e individuos para “leer” la música, la danza o cualquier otro “arte” es un producto de la experiencia colectiva (Geertz 1988). “A partir de la participación en el sistema general de las formas simbólicas que llamamos cultura es posible la participación en el sistema particular que llamamos arte”. El sentido de “la belleza” es un artefacto

cultural tanto como lo son las expresiones musicales mismas (Ibid 133 - 144). El significado proviene del uso y requiere un análisis exhaustivo de esos usos. Para los habitantes de las barriadas caribeñas la “estética” del picó champeta sintetiza e intensifica unas maneras de ver y sentir el cuerpo, de oír y sentir la potencia y ritmos del sonido, de participar en la performance de bailarines, músicos y DJs, Pero las formas artísticas no solo son desarrollos de un recetario de la matriz cultural, sino que son la encarnación de esa matriz en eventos concretos y al encarnarla la actualizan y la transforman.

La fiesta de champeta no es una re-escenificación de los bundes o las ruedas de cumbia o fandango de las localidades rurales de antaño, sino constituye una expresión en la que esa herencia pasa además, por la adopción popular, y frecuentemente transgresora, de los desarrollos e influencias del cosmopolitismo caribeño y de las estéticas del pop transnacional. El trayecto temporal y espacial del picó champeta no se ha derivado de la inscripción dentro de un canon legitimado por opiniones autorizadas sobre la validez estética, como ha sido el caso de la cultura de las elites caribeñas que siempre han ido a la saga de los modelos metropolitanos del norte capitalista.

En poblaciones situadas por fuera de la normatividad estética académica occidental, la aceptabilidad estética no puede ser removida de los contextos de uso productivo y de la vida cotidiana; no hay “objeto de arte” para ser contemplado, no hay espectadores, ya que la producción de lo artístico no está separada de la vida social (Overing 1996: 213-214). La

música de tambores que se practicaba, cantaba y bailaba intensamente en todo caserío, vereda o barrio popular del Caribe colombiano hasta finales del siglo XIX, fue fieramente estigmatizada por las elites que presumían poseer una “cultura” superior hasta hace un par de décadas, cuando advienen las políticas del multiculturalismo y el patrimonio. Solo cuando hacia los años 1920 en los salones de París o de Nueva York se comenzaron a legitimar dentro de las estéticas exotistas de la postguerra, los estilos de danza de ancestro afro a través de los músicos negros del sur de los EEUU, del Caribe, de Brasil o de África, vinieron las elites locales caribeñas a aceptar tales ritmos, pero mediados por formas orquestales sofisticadas y no en los formatos vernáculos de los músicos iletrados locales con sus instrumentos artesanales. La música de las clases populares del Caribe, si bien ha sido mayormente resultado de dinámicas sociales locales estructuradas en las expresiones festivas y carnavalescas, desde comienzos del siglo XX ha estado mediada y fuertemente alterada por las tecnologías de grabación y reproducción y por su inserción en circuitos mercantiles. De manera singular, el picó-champeta se ha ido elaborando dentro de la vida corriente de las barriadas urbanas a partir de eventos fortuitos que han ido hilvanando nuevas formas de circulación musical al margen de las esferas hegemónicas de las elites socioeconómicas, de la industria cultural, o de las corporaciones del entretenimiento.

Las identidades no son realidades psicológicas o ideológicas acabadas, sino que son procesos conflictivos,

incompletos, cambiantes que se constituyen mediante incesantes reiteraciones de expresiones discursivas performativas y de performances como tales, es decir de discursos, actuaciones, maneras corporales y de apariencias, ya sean desplegadas hegemónicamente sobre los sujetos o implementadas por los sujetos mismos como desviaciones, resistencias o subversiones.

...actos, gestos y deseos crean el efecto de un núcleo interno o substancia, pero lo hacen en la superficie del cuerpo, mediante el juego de ausencias significantes que evocan, pero nunca revelan, el principio organizativo de la identidad, como una causa. Dichos actos, gestos y realizaciones –por lo general interpretados –son performativos en el sentido de que la esencia o la identidad que pretenden afirmar son invenciones fabricadas y preservadas mediante signos corpóreos y otros medios discursivos (Butler 2001: 266)

Esta autora ha insistido en

...repensar la performatividad como un ritual cultural, como la reiteración de normas culturales, como el hábitus del cuerpo en el cual dimensiones estructurales y sociales de significado no son finalmente separables (Butler 2003: 35)

Los públicos de los barrios de bajos ingresos de las ciudades caribeñas colombianas, que desde la década de 1940 han estado asistiendo a las fiestas de picó han ido configurando unas particularidades expresivas que reiteradamente se han diferenciado de las corrientes empresariales dominantes

de las industrias del espectáculo. Los pequeños empresarios de los picós importaron grabaciones de músicas que no estaban en disponibles en el mercado nacional. Pero fueron los públicos quienes fueron dando forma a un complejo performático integrado por la fiesta, la forma de bailar, las sociabilidades inherentes, los estilos corporales, el sentido de agencia y de diferenciación.

La existencia, trayectoria y éxito potencial o real de cada canción de champeta no se entiende solamente en términos de sí misma, sino como parte del picó, y el picó a su vez existe por responder a una sensibilidad específica social, festiva, dancística y musical de un sector muy determinado de la población del Caribe colombiano. El producto musical no es la canción, es el picó que configura entre el DJ y el público la experiencia performativa del evento del baile de champeta y sus extensiones sensoriales a través de la amplificación musical de sus canciones en múltiples espacios de los sectores populares urbanos (Sanz 2012, c.f. Birembaum 2005).

Esta forma de circulación asociada a formas particulares de tecnología y de articulación con el medio radial, al mismo tiempo engendra y responde a unas condiciones estéticas particulares. La “calidad” estética del producto no corresponde al logro o al virtuosismo musical de la composición o de la ejecución vocal o instrumental. Lo que provoca resonancia de la canción en el público es su capacidad para intensificar la experiencia del baile y de la fiesta; son características sensoriales ligadas al sonido del picó, a la ejecución del DJ, a episodios rítmicos de la canción que

conducen a momentos de excitación y baile frenético. El baile es un factor central constitutivo del picó champeta. La gente va a las fiestas de picó a bailar. El éxito de una canción se mide por su capacidad de convocar a la danza. El gusto del público se guía por la novedad del “exclusivo” y por sus cualidades rítmicas y la seducción exhortativa de las letras, casi siempre versos simples, fáciles de memorizar, frecuentemente de doble sentido con un cariz sexual (Sanz 2012).

El baile de champeta opera como un fuerte marcador social de identidad étnica-local a través de un ‘hábitus’ en actividad corporal muy erotizada pero racionalizado verbalmente (c.f. Carozzi 2011: 21 – 27, Hanna 1999: 37) por los participantes y defensores de la fiesta de picó como un aporte expresivo particular en el que no debe centralizarse morbosamente su aspecto erótico (Muñoz Vélez 2001, Contreras 20003, Martínez 2003). En los sectores populares de las ciudades caribeñas colombianas no hay ningún tipo de censura hacia este tipo de baile, los padres ven impasibles como sus hijas e hijos adolescentes despliegan tales muestras públicas de erotismo y lo consideran con orgullo como una característica positiva de su grupo social.

Las tecnologías digitales que permiten a personas corrientes con tan solo un computador y una conexión a internet acceder fácilmente a software para copiar, reproducir, editar y transportar textos, imágenes, sonidos y videos han transformado sensiblemente el marco ontológico moderno sobre el arte⁹¹. Ese

91 Ya en 1980 Casio y Yamaha vendían a menos de US\$ 100 teclados musicales digitales que además venían con un repertorio de timbres de

marco era el sistema conceptual que se consolidó desde la Ilustración que entiende y define el rol social de las artes y particularmente de la música como actividades superiores ejercida por individuos especiales, los artistas, y cuyas obras son valoradas por su originalidad y autenticidad. Dicho marco moderno está basado en las oposiciones entre arte y oficio, artista y audiencia, original y copia, ejecución y composición, figura y fondo, materiales y herramientas (Sinnreich 2007). Este marco se sostiene y se reproduce por medio del entramado institucional del “mundo del arte” (Becker 1982) integrado por entidades educativas, profesionales, comerciales y legales.

La circulación de la música a través de los medios contemporáneos de comunicación dotados y potenciados con las tecnologías de la información

instrumentos y ritmos permitían grabar sonidos, melodías y ritmos y combinarlos desde el teclado. En 1983 se lanzó la interface MIDI, plataforma standard de software de sonido que permite la conversión recíproca de sonido digital y analógico y la comunicación unos con otros de instrumentos musicales electrónicos y computadores. Software para la edición orquestal de sonido (multitrack) estuvo disponible para Mac a finales de los 1980s y para Windows desde 1993. La combinación de todas las anteriores tecnologías permitió, desde mediados de los años 1990, la generalización de la práctica de edición con una óptima calidad digital desde un computador personal común. La edición digital de video siguió un camino semejante. Hacia 1980 los pioneros del hip hop habían perfeccionado la técnica de maniobrar manualmente dos tocadiscos simultáneamente para repetir, hacer más lento, acelerar o revertir la grabación, y así manipular la música pregrabada de discos de vinilo ya fuera en vivo o para grabaciones. Esta técnica se ha ido complementando con los avances de la edición sonora digital haciendo que un DJ sea simultáneamente productor, editor y músico y abriendo una gran diversidad a la música electrónica.

y la comunicación ha transformado substancialmente los parámetros anteriores, tanto del circuito y las relaciones sociales inherentes a los productos musicales, como del proceso de comunicación mismo. En estas nuevas situaciones las personas no son simples emisores o receptores de contenidos a través de los medios de comunicación. Son activos participantes, ya sea como usuarios, consumidores o productores. Las características tecnológicas de los medios condicionan o posibilitan las formas en que la gente asume su participación frente a los productos mediáticos. Pero más que procesos interpretativos individuales, el contexto social es el factor más importante en el resultado de esos procesos activos de recepción y del impacto de la tecnología en los medios (Spitulnik 2002).

Las tecnologías de edición han potenciado la participación de los distintos actores del picó-champeta. Los cantautores principiantes y los que no han logrado descollar en el medio tienen la posibilidad de grabar demos ellos mismos o acudiendo a alguno de los muchos aficionados a la edición digital. Los picós más grandes hacen ediciones más sofisticadas, contratando a un guitarrista, un bajista y a veces un conguero, y el resto consiste en sonidos digitales, pero aun así los costos son mínimos frente a lo que puede costar una grabación en un estudio comercial. En la época más reciente los picós más importantes basan su rentabilidad en la velocidad de circulación de exclusivos producidos por ellos mismos. La posibilidad de mantener a su fanática se sustenta en el continuo lanzamiento de novedades que

le permitan mantener un dinámico ciclo de presentaciones, tanto en sus locales acostumbrados en la ciudad como en giras por otras ciudades del Caribe colombiano. La ejecución en vivo del picó gravita ahora alrededor de la capacidad técnica y performática del DJ. Si bien las canciones son compuestas y grabadas por diversos cantautores, el DJ manejando la consola, del máximo nivel de tecnología de acuerdo a la capacidad económica del picó, y con la ayuda de un ‘pianista’ o percusionista digital, interviene activamente sobre las canciones, animando, controlando el volumen, introduciendo saludos o cortas cuñas llamadas “placas”, manejando la intensidad de la música y de las reacciones del público. Los picó operan a través la activa intervención del DJ sobre las grabaciones y así mantienen el frenesí dancístico, pero por otro lado elaboran productos musicales por fuera del cerrojo de las corporaciones multinacionales que controlan la industria discográfica en el nivel nacional e internacional. De esta forma actúan dentro de un margen de operación que les permite responder más flexiblemente frente a comunidades musicales afincadas en poblaciones locales y regionales lo largo de ejes étnicos y de clase.

Conclusiones

El picó-champeta constituye un circuito de circulación de productos musicales pero importantes dimensiones de esta circulación no responden enteramente a las lógicas mercantiles. El producto musical no lo es tampoco estrictamente en términos de sus cualidades musicales o dancísticas sino que condensa intensas significaciones sociales enraizadas en

la historia y en las lógicas de lugar del Caribe colombiano. Significaciones que no se expresan totalmente en explícitas manifestaciones discursivas, sino que también ocurren de forma importante dentro de procesos semióticos no verbales, corporales y performativos que marcan las dinámicas de pertenencia y de identificación de grupos y personas. Las estrategias de los dueños de picós, de DJs, de productores y de cantautores de champeta tienen una lógica pragmática que apunta al éxito receptivo entre el público, pero para que tal éxito se realice, la fiesta y la música debe resonar dentro de las configuraciones sociales y simbólicas preexistentes, y al ponerse en escena la performance del picó en la interacción con los participantes, y al circular la música de champeta por sus distintos canales, a su vez esas configuraciones se van actualizando y transformando. Han sido el arraigo y los factores de identificación social de las fiestas y música de champeta entre la población, los que han posibilitado el mantenimiento de su propio mercado. A su vez, las diferentes implementaciones comerciales de los picós han ido ocasionando la transformación, ampliación y consolidación de la comunidad musical picotera. Las lógicas del valor de cambio y del valor de uso del producto musical se afectan mutuamente, inextricablemente ligadas al contexto social en el que tienen lugar.

Bibliografía

Abril, C. y Soto M. (2004). El futuro económico y cultural de la industria discográfica de Cartagena: Entre la champeta y la pared, *Aguaita*, 9, 23-44

Austin, J. L. (1971). *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Baudrillard, Jean (1983). *El espejo de la producción: o la ilusión crítica del materialismo histórico*. México: Gedisa.

Becker, Howard S. (1982). *Art worlds*. Berkeley, CA: University of California Press

Bernal Restrepo, A. F. (2012). *El Picó Champeta, Estructura de sentimiento multisituada.. Tesis de Pregrado. Programa de Antropología. Escuela de Ciencias Humanas. Bogotá: Universidad del Rosario.*

Birenbaum Quintero, M. (2005). *Acerca de una estética popular en la música y la cultura de la champeta en Colombia y el Caribe. XIII Congreso de Colombianistas. (pp. 202-215). Barranquilla: Ediciones Uninorte.*

Bohórquez Díaz, L. (2002). *La champeta en Cartagena de Indias: Terapia musical popular de una resistencia cultural. Tesis, Departamento de Antropología, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.*

Botero, C., A. M. Ochoa, M. Pardo. (2011). *Economías informales en la música de las ciudades de Cartagena, Barranquilla y Santa Marta en Colombia. (Informe de Investigación no publicado). Bogotá: Fundación Getulio Vargas; IDRC; U del Rosario*

Bourdieu, P. (2012). *Bosquejo de una teoría de la práctica*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Ediciones Taurus.

Butler, J. (2003). *Resignificación de lo universal: hegemonía y límites del formalismo*. En Butler, J, E. Laclau, S. Zizek *Contingencia, hegemonía, universalidad: diálogos contemporáneos en la izquierda. (pp. 17-48). México: Fondo de Cultura Económica.*

Butler, J. (2001). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós, UNAM, PUEG

Carozzi, M. J. (2011). *Más allá de los cuerpos móviles.: problematizando la relación entre los aspectos motrices y verbales de la práctica en las antropologías de la danza*. En Carozzi, M J (ed) *Las palabras y los pasos. Etnografías de la danza en la ciudad. (pp. 7-45). Buenos Aires: Editorial Gorla.*

Castro, N. (2017). *Dansal: Música, tradición e innovación entre las nuevas generaciones de la champeta en Cartagena. Tesis de Pregrado. Programa de Antropología. Escuela de Ciencias Humanas. Bogotá: Universidad del Rosario.*

Contreras Hernández, N. R. (2003). *Champeta/ terapia: más que música y moda, folclor urbanizado del Caribe colombiano, Huellas, n° 67-68, 33-45.*

Clifford, J. (1995). *Sobre el Surrealismo Etnográfico*, en J. Clifford. *Dilemas de la cultura: antropología literatura y arte en la perspectiva posmoderna, (pp. 149-188). Barcelona: Gedisa Editorial*

Cunin, E. (2007). *De Kinshasa a Cartagena, pasando por París: itinerarios de una música negra, la champeta en Aguaita No. 15-16. Diciembre 2006-Junio 2007, 176-192.*

De la Ossa, R. (2016). Biografía de una champeta. Producción, difusión y distribución de la música de picó en Barranquilla en el Caribe de Colombia. Tesis de Pregrado. Bogotá: Programa de Antropología. Escuela de Ciencias Humanas. Universidad del Rosario.

Geertz, C. (1988). La interpretación de las culturas. Barcelona: Gedisa

Geertz, C. (1994). El arte como sistema cultural, en Conocimiento local. Ensayo sobre la interpretación de las culturas, (pp. 117-146) Barcelona: Paidós

Gell, A. (1998). Art and Agency: An Anthropological Theory. Oxford: Clarendon.

Ginsburg, F. D. et al. (2002). Introduction, En Ginsburg F. D. et al, (Eds). Media Worlds: Anthropology on New Terrain. (pp. 1-36). Berkeley: University of California Press.

Giraldo, J. (2016). Música champeta y africanía en el Caribe colombiano. Revolución y cultura desde la verbena y el picó. Córdoba, Argentina: Babel Editorial.

Gutiérrez, E. (2000). Fiestas: Once de noviembre en Cartagena de Indias. Manifestaciones artísticas. Cultura popular: 1919-1930. Medellín: Editorial Lealón.

Hanna, J. L. (1999). Dança, sexo e gênero. Signos de. Identidade, Dominação, Desafio e Medo. Rio de Janeiro: Rocco.

Joseph, M. (1998). The performance of production and consumption Social Text 16 (1), 25-62

Lapavistas, C. (2004). Commodities and Gifts: Why Commodities Represent More than Market Relations. Science & Society: Vol. 68, No. 1, 33-56

Lévi-Strauss, C. (1977). Antropología estructural. Buenos Aires: Eudeba.

Martínez Miranda, L. (2003). La champeta: una forma de resistencia palenquera a las dinámicas de exclusión sociorraciales y culturales, puestas en marcha por las elites blancas de Cartagena y Barranquilla entre 1960 y 2000. Monografía de grado. Universidad de los Andes, Departamento de Historia, Bogotá.

Mauss, M. (2009). Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas. Madrid: Katz,

Menezes Bastos. R. J. de (2008). As Contribuições da Música Popular Brasileira às Músicas Populares do Mundo: Diálogos Transatlânticos Brasil/Europa/África (Segunda Parte) Florianópolis: Antropologia em Primeira Mão # 107 PPGAS. UFSC

Menezes Bastos. R. J. de (2007). As Contribuições da Música Popular Brasileira às Músicas Populares do Mundo: Diálogos Transatlânticos Brasil/Europa/África (Primeira Parte) Florianópolis: Antropologia em Primeira Mão # 96 PPGAS. UFSC.

Miller, D. (1995). Consumption and Commodities. Annual Review of Anthropology, Vol. 24, 141-161

Mosquera, C. y Provansal, M. (2000). Construcción de identidad caribeña popular en Cartagena de Indias a través de la música y el baile de champeta, Revista Aguaita, No. 3, 98-114.

Muñoz Vélez, E. L. (2001). La Champeta la verdad del cuerpo, Artesanías de América, nº 51, 73-100

Muñoz Vélez, E. L. (2007). Jazz en Colombia: desde los alegres años 20 hasta nuestros días. Barranquilla: La Iguana Ciega - Fundación Cultural Nueva Música.

Overing, J. (1996). Aesthetics is a Cross-Cultural Category: Against the Motion, in Key Debates in Anthropological Theory, T. Ingold, (Ed.), (pp.210-214). London: Routledge,

Pacini Hernández, D. (1993). The picó phenomenon in Cartagena, Colombia América Negra, N°6, 69-115

Piedade, A. T. de C. 2003. Brazilian Jazz and Friction of Musicalities, En Taylor Atkins, E.(Ed). Jazz Planet. (pp. 41-58). Jackson: University Press of Mississippi,

Sinnreich, A. A. (2007). Configurable culture, mainstreaming the remix, remixing the mainstream. PhD Dissertation Annenberg School for Communication. University of Southern California.

Sanz Giraldo, M. A. (2012). Fiesta de picó *champeta*, espacio y cuerpo en Cartagena, Colombia. Bogotá: Universidad del Rosario.

Spitulnik, D. (2002). Mobile Machines and Fluid Audiences: Rethinking Reception through Zambian Radio Culture. En Ginsburg F. D. et al, (Eds) Media Worlds: Anthropology on New Terrain. (pp. 337-354). Berkeley: University of California Press,

Stokes, M. (1994). Introduction En Stokes, M. (Ed) Ethnicity, Identity and Music: The musical construction of place. Oxford: Berg.

Strathern, M. (1988). *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society*. Los Angeles: University of California Press

White, B. (2012). Rethinking globalization through music. Music and Globalization. Critical Encounters. B. White. Ed. (pp. 1-14). Bloomington: Indiana University Press.