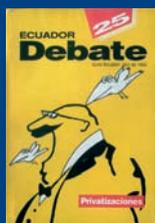
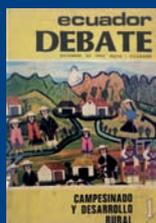


ECUADOR

Debate

100


 caap
40
años


Quito/Ecuador/Abril/2017

Cuestiones de cultura popular

Situación de la Economía ecuatoriana y desafíos del nuevo Gobierno

Conflictividad socio política:
Noviembre 2016-Febrero 2017

Cien números de *Ecuador Debate*: un análisis de sus temas centrales

Sin nuestras propias revistas académicas latinoamericanas seríamos mudos

Repensar lo agrario. Un compromiso permanente en *Ecuador Debate*

Antropología: Ecuador no Debate

Representaciones de la cultura popular en la caricatura política ecuatoriana a mediados del siglo XX

Prácticas artísticas contemporáneas y cultura popular

La irrupción del 'otro'. Economías audiovisuales populares en contextos poscoloniales

El *Boom* de la tecnocumbia en el Ecuador

El Divino Niño en Quito. Transferencias culturales, apropiaciones religiosas y disputas sociales

Vulnerabilidad de la agricultura familiar y de los territorios rurales en los Andes ecuatorianos. Un análisis desde la provincia del Azuay

Campo del poder en Ecuador y su reconfiguración por el Gobierno de Alianza País

El *macho sabio*. Racismo y sexismo en el discurso sabatino de Rafael Correa



ECUADOR DEBATE 100

Quito-Ecuador • Abril 2017

PRESENTACIÓN / 3-7

COYUNTURA

- Situación de la Economía ecuatoriana y desafíos del nuevo Gobierno / 9-27
Wilma Salgado Tamayo
- Conflictividad socio política: Noviembre 2016-Febrero 2017 / 29-34

A PROPÓSITO DEL No. 100

- Cien números de *Ecuador Debate*: un análisis de sus temas centrales / 35-43
Lama Al Ibrahim
- Sin nuestras propias revistas académicas latinoamericanas seríamos mudos / 45-60
Eduardo Gudynas
- Repensar lo agrario. Un compromiso permanente en *Ecuador Debate* / 61-74
Víctor Bretón Solo de Zaldívar y Javier Martínez Sastre
- Antropología: Ecuador no Debate / 75-80
Xavier Andrade

TEMA CENTRAL

- Representaciones de la cultura popular en la caricatura política ecuatoriana a mediados del siglo XX / 81-98
Hernán Ibarra
- Prácticas artísticas contemporáneas y cultura popular / 98-116
Manuel Kingman
- La irrupción del 'otro'. Economías audiovisuales populares en contextos poscoloniales / 117-131
Juan Pablo Pinto
- El Boom de la Tecnocumbia en el Ecuador / 133-152
Ketty Wong
- El Divino Niño en Quito. Transferencias culturales, apropiaciones religiosas y disputas sociales / 153-165
Santiago Cabrera Hanna

DEBATE AGRARIO-RURAL

- Vulnerabilidad de la agricultura familiar y de los territorios rurales en los Andes ecuatorianos. Un análisis desde la provincia del Azuay / 167-177
Nasser Rebaï

ANALISIS

- Campo del poder en Ecuador y su reconfiguración por el Gobierno de Alianza País / 179-195
Pierre Gaussens
- El macho sabio. Racismo y sexismo en el discurso sabatino de Rafael Correa / 197-211
María Paula Granda

RESEÑAS

- Crónica de los andes. Memorias del "otro" / 213-216
- Los neo-indios. Una religión del tercer milenio / 217-220
- El río. Exploraciones y descubrimientos en la selva amazónica / 221-222

El Boom de la Tecnocumbia en el Ecuador¹

Ketty Wong*

El boom de la tecnocumbia a fines de los años noventa del pasado siglo, revitalizó el escenario de la música ecuatoriana. La tecnocumbia recibió el influjo de cantantes y músicos peruanos e implicó una relativa continuidad con cantantes, músicos y públicos de la música rocolera. La masiva migración internacional de los ecuatorianos se vió reflejada en las letras de las canciones. La tecnocumbia ha significado una intensa modernización de la música ecuatoriana en un contexto de globalización social y cultural.

Todo ecuatoriano que reside en el Ecuador tiene un familiar, un amigo o un conocido que ha salido del país debido a la crisis económica de fines de los años noventa del siglo pasado, como pude observar en numerosas conversaciones con taxistas, comerciantes informales, empleadas domésticas, profesores de colegios, músicos y conocidos en general. A comienzos de este siglo, los vuelos de las aerolíneas internacionales con conexiones a Europa volaban repletos de pasajeros. Hombres y mujeres de toda condición social y económica dejaban sus hogares en busca de mejores oportunidades de vida en el extranjero, incluyendo en este rubro a campesinos de las zonas rurales que nunca habían salido de su terruño, a trabajadores en las zonas urbanas que nunca habían viajado fuera del país, y a profesionales de clase media y media-alta cuya situación económica había cam-

biado drásticamente como resultado de la crisis. Mientras unos eran los primeros miembros de la familia que salía del país, otros lograban reunirse con sus familiares que habían emigrado con anterioridad.

La crisis económica llegó al tope con el colapso del sistema bancario nacional y la decisión del presidente Jamil Mahuad de dolarizar la economía del país en enero del 2000. Los ecuatorianos no solo perdieron el sucre, su moneda y un símbolo de la soberanía nacional, sino también el valor real de sus ahorros e ingresos en la conversión al dólar. Varias empresas se declararon en quiebra y el nivel nacional de desempleo aumentó en 15%. Muchos ecuatorianos se vieron imposibilitados de comprar productos de primera necesidad, tales como alimentos y medicinas, o pagar el arriendo o la hipoteca de la casa. Esta situación resultó en el aumento del nivel de de-

* PhD. Universidad de Kansas.

1. Este artículo es una versión editada del Capítulo 6 de mi libro *La música nacional: Identidad, mestizaje y migración en el Ecuador*, publicado en el 2012 por la Editorial de la Casa de las Américas en La Habana, Cuba. La investigación de campo para este estudio se realizó en Quito desde diciembre del 2001 hasta agosto del 2004 y los resultados del mismo describen el período de auge de la tecnocumbia en el Ecuador. La situación social, política y económica del país ha cambiado significativamente en la última década y el escenario de la tecnocumbia también. Otros estudios darán cuenta de la situación de la cultura y música popular en el Ecuador en los últimos años.

lincuencia, robos y violencia, haciendo que las personas se sintieran inseguras aun en sus propios hogares. La incapacidad del gobierno para atender las necesidades básicas en los temas de salud, educación y seguridad social agravó la crisis y originó una serie de huelgas organizadas por maestros, médicos y jubilados, quienes no recibían sus sueldos desde hacía algunos meses. Los ecuatorianos respondieron a la crisis económica con una migración legal e ilegal sin precedentes. Muchos emigraron a los Estados Unidos, España e Italia; otros partieron a Venezuela, Chile, Argentina y Canadá.

No es una coincidencia fortuita que el *boom* de la tecnocumbia en el Ecuador surgiera paralelamente a este movimiento migratorio internacional. Con su melodía pegajosa y fusión de ritmos eclécticos que invitan al baile, la tecnocumbia se convirtió en una suerte de válvula de escape para ayudar a los sectores populares a olvidar momentáneamente la nostalgia y las dificultades económicas de cada día. Las letras de las tecnocumbias aluden generalmente a un estado emocional de abandono y relaciones de larga distancia, situaciones que reflejan las experiencias que viven tanto los ecuatorianos que salen como aquellos que permanecen en el país.

La canción *Me abandonaste*, una tecnocumbia ecuatoriana compuesta por Guido Narvárez e interpretada por su esposa, la cantante María de los Ángeles, se convirtió en un éxito radial en el 2001 con su letra alusiva a los sufrimientos causados por la partida del ser amado.

*Sufriendo estoy un gran dolor,
es que se fue mi gran amor.
Como me duele su traición,
no sé por qué él me engañó.*

*Abandonaste a quien tanto amor te dio
Me abandonaste sin una explicación
Abandonaste este pobre corazón
Me abandonaste y estoy llorando por ti,
mi amor.*

En el 2001 esta canción sonaba en las calles, en los buses metropolitanos, en las estaciones de radio AM y en los conciertos de música popular ecuatoriana (MPE). El término MPE es utilizado aquí como una categoría general para señalar varios estilos de música producida y consumida por los sectores populares en el Ecuador—como la música rocolera, la música chichera y la tecnocumbia. Sus características musicales y contextos sociales donde se la escucha son notoriamente diferentes a los de la *música nacional*, un repertorio selecto de pasillos, albazos y pasacalles compuestos en la primera mitad del siglo XX y reconocidos por las élites como la música representativa del país.

El *boom* de la tecnocumbia y el éxodo masivo de los ecuatorianos, a fines de los años noventa, trajeron consigo cambios significativos en la producción, consumo y difusión de la MPE. La tecnocumbia revitalizó el escenario de la música ecuatoriana con la organización de conciertos masivos en coliseos, plazas de toros y estadios donde se congregaba una multitud de ecuatorianos de los estratos populares. Cantantes rocoleros y chicheros poco conocidos en el ámbito musical del país, cambiaron su repertorio por el de la tecnocumbia con un éxito inusitado y se convirtieron en poco tiempo en ídolos del pueblo. Ellos comenzaron a producir y promocionar su música independientemente de la industria discográfica nacional.

Si bien la tecnocumbia fue una sensación en los sectores populares, tomó algún tiempo a los principales medios

de comunicación para que se fijaran en ella. La muerte inesperada de Thanya Paredes Aymara, una joven cantante de tecnocumbia y miembro de una familia de cantantes conocidos como la Dinastía Aymara, hizo titulares en las noticias de la prensa. Thanya murió en un accidente automovilístico en septiembre del 2001, cuando viajaba en compañía de su esposo desde Quito a la ciudad de Cuenca, donde ella tenía un contrato de presentación. Intrigados por la multitud que asistió a su funeral en Quito, los periodistas comenzaron a investigar el tema de la tecnocumbia en el Ecuador. Titulares como «La tecnocumbia desplaza a la rockola [sic]» y «Tecnocumbia: la decepción con ritmoailable», reflejan la visión de los periodistas de este fenómeno musical.

La ubicuidad de la tecnocumbia se convirtió en un tema de debate en la televisión nacional. *Este Lunes*, un programa que presentaba temas de controversia y actualidad, organizó en el año 2002 un panel con sociólogos, periodistas y cantantes de la tecnocumbia para tratar el tema de la vigencia de la *música nacional* ecuatoriana en relación con el fenómeno de la tecnocumbia. Dos programas de televisión –*Día a Día* y *La Televisión*– presentaron extensas entrevistas con algunos cantantes de tecnocumbia, quienes fueron introducidos como la «nueva generación de cantantes ecuatorianos». Ellos se convirtieron súbitamente en el centro de atención de los medios de comunicación, pese a haber estado varios años en el negocio de la música como cantantes rocoleros y chicheros.

Este artículo examina la influencia y los efectos de la globalización y la migración internacional en la música popular ecuatoriana, a través de dos lec-

turas del *boom* de la tecnocumbia en el Ecuador. La primera, explora la agencia de las clases populares al apropiarse y resignificar una música extranjera, como suya propia, por medio de discursos que enfatizan la reproducción de una estética nacional en las *performances* de las tecnocumbias. Esta estética, da continuidad a varios temas persistentes en la música nacional ecuatoriana como el sentimiento de pérdida, desarraigo y nostalgia, aunque expresados en el formato de una músicaailable. La segunda lectura, examina los discursos de los detractores de la tecnocumbia, quienes critican la falta de profesionalidad y creatividad de los cantantes ecuatorianos porque utilizan pistas grabadas para cantar «covers» de canciones de origen extranjero. Estos discursos que subestiman la creatividad de las clases populares son, a mi juicio, mecanismos de otredad con los cuales las élites construyen jerarquías sociales y justifican su posición de liderazgo.

La tecnocumbia llega al Ecuador

En septiembre de 1999, Rosy War, *la Reina de la Tecnocumbia* en el Perú, llega a Quito en una gira de concierto con su Banda Kaliente, y cautiva a un público de estrato popular con sus canciones románticas y bailes coreográficos que mostraban un nuevo sentido de modernidad en la música popular andina. Aparte de una pequeña nota en el diario vespertino *Últimas Noticias* sobre su exitosa presentación, la tecnocumbia peruana era, en esa época apenas conocida en el Ecuador.

Según la productora musical Lola Zapata, fueron Widinson, un cantante rocolero poco conocido en Quito, y Sharon, una exuberante joven de Guayaquil, quienes empezaron a cantar covers de

tecnocumbias peruanas en el Ecuador (entrevista personal, 2002). Otros cantantes rocoleros y chicheros de la Sierra, hoy considerados estrellas de la tecnocumbia, se unieron a esta tendencia musical, como María de los Ángeles, Gerardo Morán, Jaime Enrique Aymara y Azucena Aymara. Todos tenían en común una larga trayectoria artística cantando canciones rocoleras y chicheras sin mayor éxito. Gerardo Morán estaba en el negocio de la música desde los años ochenta, pero apenas era conocido en Quito. Azucena Aymara, un ama de casa, comenzó a grabar huaynos y sanjuanitos en 1990 con moderado éxito. María de los Ángeles, una joven que había tomado clases de canto en el Conservatorio Nacional de Música de Quito, había grabado cinco discos compactos con pasillos, boleros y cumbias antes de saltar a la fama con la canción *Me abandonaste*.

Paralelamente a los cantantes solistas de la tecnocumbia, aparecieron en Quito algunos grupos femeninos cantando covers de cumbias colombianas y canciones de Rosy War con el acompañamiento de una banda musical. Jorge Yunda, el director de la empresa Herencia Musical, promovió los primeros grupos –Magia Latina y Tierra Canela– formados por cuatro o cinco integrantes. El éxito comercial de estos grupos fomentó la formación de otros grupos femeninos como: Las Musas, Grupo Deseo y Dulce Veneno. A diferencia de sus predecesoras, estos grupos cantaban con el acompañamiento de pistas grabadas y vestían trajes provocativos. Estas cantantes se

convirtieron en el foco de atención de los programas de televisión dirigidos a las masas populares; además eran contratadas para entretener al público en campañas políticas.

En el Ecuador, el término tecnocumbia es un nombre genérico que define un estilo de músicaailable ecléctico que combina el ritmo de la cumbia colombiana con un conjunto de elementos musicales de origen nacional e internacional, como el sanjuanito, el pasillo, la balada, la salsa y la música *pop*. El prefijo «tecno», en tecnocumbia, no tiene ninguna relación con el movimiento «techno», un estilo de música originado en Detroit a fines de los años setenta y conocido por sus arreglos electrónicos experimentales (Romero, 2002: 231). El término «tecno» en tecnocumbia, simplemente indica el uso de instrumentos electrónicos en el género musical que el término precede. Para Azucena Aymara, por ejemplo, tecnocumbia y tecno-bachata son simplemente una cumbia y una bachata con arreglos modernos.²

El etnomusicólogo Thomas Turino, sostiene que el proceso de mezclar elementos eclécticos en la música, es un indicador de una nueva subjetividad cosmopolita que resulta de la exposición de los jóvenes a una multiplicidad de sonidos difundidos por las corporaciones mediáticas (2008:123). Sin embargo, es necesario aclarar que algunas tecnocumbias de origen ecuatoriano, son de la autoría de compositores adultos que mezclan de forma creativa varios elementos nacionales e internacionales en un todo orgánico moldeado por las pre-

2. Cabe señalar que los cantantes ecuatorianos, a diferencia de su contraparte peruana, han introducido una variedad de efectos «techno» en canciones *remix*, los cuales se usan generalmente para anunciar la entrada del cantante al escenario. Aunque los cantantes no cantan con los sonidos *remix* en sus presentaciones en vivo, sí los incluyen en un par de canciones al final del CD para atraer a un público joven.

ferencias estéticas locales. La tecnocumbia *Por Internet*,³ escrita por el compositor de música chichera Ricardo Realpe y popularizada por Azucena Aymara en el 2000, ilustra la fusión de elementos musicales dispares que apuntan a la modernidad. La letra habla de una relación de larga distancia que sobrevive gracias a una carta con los besos que envía una persona a su pareja por Internet:

Una foto, una carta con mis besos
[ritmo de sanjuanito]
Te los mando con cariño en internet
Mil recuerdos, mil abrazos, mil caricias
Como prueba de que siempre te amaré.
Por internet, por internet
[ritmo de salsa + cumbia]
Todo mi cariño te lo mandaré
Por internet, por internet
Un millón de besos te los mandaré.
Que te llegue a cualquier parte
del mundo
[ritmo de sanjuanito]
A España, a Europa, a Nueva York,
Más de prisa que el mismo pensamiento
Yo te envió mi amor con mucho amor.

Por Internet, combina los ritmos tropicales de la salsa y la cumbia con melodías pentatónicas y el ritmo del sanjuanito mestizo. La introducción alterna contrapuntos melódicos ejecutados por la trompeta, el acordeón y el teclado, en los cuales se distingue un reconocible aire caribeño. La canción empieza con un patrón rítmico en la conga que anuncia el inicio de una salsa, pero luego cambia al ritmo de cumbia (una corchea y dos semicorcheas percutidas por el güiro y las claves). Luego, las estrofas introducen inflexiones melódicas bimodales que combinan los modos ma-

yor y menor, así como una sección que presenta el motivo rítmico del sanjuanito (cuatro semicorcheas seguidas por dos corcheas), con una cadencia que termina en el acorde de tónica en una posición melódica de tercera. Todos estos elementos son características musicales típicas de la MPE, pero atípicas de la música tropical.

Si bien la mayoría de las tecnocumbias que se escuchan en el Ecuador, son «covers» de tecnocumbias peruanas, como explicaré más adelante, algunas son versiones modernas de baladas y música *pop* que fueron populares en el Ecuador en los años setenta y ochenta. La modernización consiste en dar a estas canciones un carácter alegre y bailable, a diferencia de la *música nacional* tradicional, que muchos perciben como una música triste y no apta para el baile. Thanya Paredes Aymara, se hizo famosa con una versión de tecnocumbia de la balada *Yo soy rebelde*, una canción grabada originalmente en 1970 por la cantante española Jeannette. Silvana, cantante de Guayaquil electa como diputada del Congreso en el 2003, popularizó la balada *A las puertas del cielo*, en una versión de cumbia.

George Yúdice señala que, la modernidad musical en América Latina tiene que ver más con la innovación y remodelación de viejas tradiciones musicales que con una ruptura con el pasado. Según el autor, «es más un asunto de establecer nuevas relaciones con la tradición que dejarla atrás» (citado en Handelsman, 2005: 31). Por ejemplo, el pueblo andino es capaz de asegurar la continuidad de sus tradiciones musicales en las generaciones jóvenes al modernizarlas y

3. El lector puede encontrar un video de esta canción, interpretada por Azucena Aymara, en YouTube.

adaptarlas a los nuevos contextos sociales. La música chicha en el Perú ilustra la innovación del huayno en el contexto de la globalización y migración urbana (Romero, 2002). La versión de Los Shapis de *El aguajal*, un huayno de los años ochenta que fuera originalmente grabado como *El alizal* en los inicios de los sesenta, ayudó a preservar una tradición regional para los hijos de los migrantes andinos en Lima, tradición que de otra forma se hubiera perdido. Asimismo, los músicos ecuatorianos han creado tecnocumbias que tienen rasgos musicales típicos del sanjuanito ecuatoriano, dando así actualidad a las tradiciones musicales del país.

Conciertos de música popular ecuatoriana en Quito

Esta sección explora la dinámica de los conciertos de MPE organizados en el Coliseo Julio César Hidalgo (CJCH), durante el *boom* de la tecnocumbia en el 2002, con el fin de analizar los significados que esta música genera en el público que la escucha. Además de la tecnocumbia, estos conciertos incluyen un repertorio variado para escuchar y bailar, como la música rocolera, la música chichera, la música folklórica (interpretada por conjuntos de instrumentos andinos), y la música del recuerdo (un repertorio de baladas románticas de los años sesenta y setenta muy populares en los sectores de bajo estrato social). Debido a la variedad de músicas populares que se interpretan en estos eventos, me referiré a ellos con el término «conciertos de MPE», en vez de conciertos de tecnocumbia. Cabe destacar que en estos conciertos no se escucha el conocido repertorio de pasillos, pasacalles y albazos que muchos ecuatorianos llaman “música nacional.”

Los conciertos de MPE, se llevan a cabo en distintos lugares: en coliseos y plazas de toros para un público que sobrepasa el millar de personas; en discotecas, restaurantes y centros recreacionales que congregan a cientos de personas; y en fiestas privadas que se realizan en casas particulares. En el 2001, los conciertos de MPE se organizaban en el Coliseo Julio César Hidalgo, centro deportivo ubicado cerca de la Plaza Marín, en el sector este del Centro Histórico de Quito. En el 2003, estos conciertos comienzan a organizarse en sitios de mayor concurrencia y aceptación social, como el Ágora de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la Plaza de Toros de Quito y la Plaza de Toros de la Ciudad Mitad del Mundo. Estos eventos también se realizaban en los alrededores de Quito, como Pífo, Sangolquí y Tumbaco.

Los conciertos de MPE, son muy diferentes a los conciertos de *música nacional*. Los primeros cuentan con la participación de unos diez a quince artistas, quienes cantan diferentes repertorios de música en un evento que se extiende hasta alrededor de ocho horas, mientras que los conciertos de *música nacional* presentan solo tres o cuatro artistas en conciertos que duran aproximadamente unas tres horas. Los primeros empiezan al mediodía; los de *música nacional* se organizan en la noche. Según el productor musical Patricio Córdor, el formato «maratónico» de estos conciertos es estratégico para atraer una mayor cantidad de público, ya que éste tiene la oportunidad de escuchar a todos sus cantantes favoritos en un solo concierto por el precio de una entrada:

El público no pagaría tres o cuatro dólares para ver solamente a unos cuantos cantantes. Preferiría comprar un CD o un DVD

para verlos en casa. El público busca variedad. Gerardo [Morán] canta cinco canciones, bien. Luego, Jayak canta; el público se anima, y por un solo precio pueden escuchar todo. Diez o quince artistas está bien (entrevista personal, 2003).

Los dueños de las estaciones de radio y televisión utilizan sus programas musicales para promocionar los conciertos de MPE que organizan en días festivos, como el Día de los Padres y el Día de San Valentín. Los costos de producción del evento son relativamente bajos, ya que los organizadores canjean pasar gratis los videoclips de los cantantes, en sus programas de televisión, a cambio de sus presentaciones en los conciertos. En el 2002, el costo de la entrada era de tres dólares para la sección galería y cinco para luneta, lo que generaba una buena ganancia al empresario debido al número de asistentes.

Inicialmente, los organizadores de estos conciertos de MPE no contaban con la experiencia necesaria para organizar un evento de tal magnitud. Los conciertos rara vez empezaban con puntualidad y se notaba que no había una planificación para el tiempo de espera entre las presentaciones de los cantantes. El sistema de sonido era muchas veces defectuoso, lo que causaba reacciones negativas en el público. Algunos cantantes llegaban tarde o se quedaban mucho tiempo en el escenario, en especial cuando el público solicitaba más canciones. Estos problemas fueron solucionándose gradualmente cuando los DJ de la radio comenzaron a presentar los conciertos. Ellos no solo entretenían al público mientras los conjuntos musicales instalaban su instrumental en el es-

cenario, sino que también controlaban el tiempo establecido para cada artista.

El público que asistía a los conciertos de MPE era heterogéneo en edad, etnicidad y clase social. La mayoría de las personas tenían ocupaciones de bajos ingresos (empleadas domésticas, choferes de bus y vendedores informales), otros eran personas de las clases media y media-baja que normalmente no asistirían a un concierto en el Coliseo Julio César Hidalgo por el bajo prestigio social que tiene este lugar. La curiosidad por conocer a los cantantes de la tecno-cumbia los lleva a involucrarse en este tipo de eventos. El público llegaba en parejas, en grupos o con sus hijos pequeños. Era frecuente observar familias extensas formadas por padres, hijos, abuelos, primos y otros parientes. Vecinos del barrio y compañeros del colegio o del trabajo llegaban también en grupo. Aquellos cuyas parejas estaban fuera del país llegaban solos o acompañados de sus hijos pequeños.⁴

El primer concierto de MPE al que asistí en Quito, fue el que organizó Radio Presidente por el Día de San Valentín en el 2002. El concierto debía empezar al mediodía, pero los técnicos de sonido todavía estaban instalando el sistema de sonido a la una de la tarde. Los vendedores informales caminaban por todo el coliseo vendiendo bebidas gaseosas, dulces y cosas de picar, como chochos con tostado y papas fritas. El concierto empezó con las presentaciones de cantantes poco conocidos, los cuales recibían modestos aplausos; los artistas y las agrupaciones musicales más conocidos cantaban a eso de las cuatro o cinco de la tarde, cuando el coliseo estaba lleno.

4. Los niños tienen entrada gratuita.

El público se enardecía cuando Azucena Aymara, María de los Ángeles y Gerardo Morán aparecían en el escenario. El carisma de estos artistas era evidente en su interacción con el público. Ellos pedían a los presentes que cantaran y bailaran con ellos, que hicieran bulla y que levantaran las manos moviéndolas de un costado al otro. Frecuentemente hacían preguntas en una forma humorística para saber quién manda en la casa, en una especie de «guerra de los géneros» que siempre tenía una respuesta entusiasta del público.

Otra actividad que invita al público a demostrar su lealtad regional y nacional es revelar públicamente cuál es su equipo de fútbol favorito. Mientras algunos se identificaban como hinchas del Barcelona y el Emelec —equipos de Guayaquil—, otros apoyaban al Aucas y al Nacional de Quito. Esta actividad creaba momentáneamente una tensa atmósfera en el coliseo, pero los artistas en el acto instauraban la armonía al indicar que, como ecuatorianos, todos eran hinchas de la selección nacional. Este tipo de interacción entre el público y los cantantes revela identidades regionales que son de inmediato diluidas cuando se recuerda al público que todos están unidos por una identidad nacional superior a la regional.

Mientras avanzaba la tarde, el Coliseo Julio César Hidalgo se convertía en una inmensa pista de baile que conectaba a los presentes en un deseo mutuo de gozar y olvidar los problemas cotidianos. A diferencia de los bailes sociales que se realizan en los chichódromos peruanos, donde la gente joven baila con su pareja frente a frente, en Quito el público baila en las gradas del coliseo y tienen un espacio muy limitado para moverse. La limitación del espacio para bailar, sin



Hoja volante, concierto de música popular ecuatoriana en homenaje al Día del Padre en el coliseo Julio César Hidalgo (2003).

embargo, permite otro tipo de socialización. Como ocurría en los conciertos rocoleros, el público suele compartir unos tragos con la gente que se sienta en los alrededores. La gran diferencia es que, en vez de simplemente beber y escuchar música como si se estuviera en una cantina, la gente también baila animadamente. Aunque el consumo de bebidas alcohólicas es prohibido en estos eventos, los vendedores informales siempre encuentran maneras creativas de venderlas al público. Por ejemplo, muchas veces esconden las botellas en los bolsillos de las chaquetas o venden el líquido en fundas plásticas transparentes que la gente mezcla luego con bebidas gaseosas. La policía siempre está presente en estos eventos para prevenir o poner orden cuando se producen peleas por el consumo excesivo de alcohol.

La dinámica de los conciertos en el Coliseo Julio César Hidalgo propiciaba la proximidad entre el público y los artistas. En ese tiempo los organizadores construían un escenario temporal en el centro de la cancha de *basketball* y colocaban varias hileras de sillas frente al escenario. La mayor parte del público compraba entradas para la sección alta del coliseo (galería), que es más barata que la sección del escenario (luneta). Esto, sin embargo, no impedía que el público cruzara una puerta de malla metálica que separaba ambas secciones; además de que el guardia de la puerta tampoco hacía nada para detener el paso. El público cerca del escenario tenía la oportunidad de compartir algunos tragos con sus cantantes favoritos o filmar la presentación con sus cámaras de video. Otros admiradores subían al escenario en la mitad de una presentación para tomarse una foto con sus artistas favoritos. María de los Ángeles estaba acostumbrada a posar con sus admiradores sin interrumpir su canto, especialmente cuando se trataba de niños. La posibilidad de interactuar con sus admiradores disminuía cuando los conciertos se organizaban en el Estadio del Aucas, ya que el escenario estaba en el centro de la cancha de fútbol y la malla alrededor de la pista no permitía el paso del público a la cancha.

La imagen de las cantantes de tecnocumbia

Las cantantes de tecnocumbia han creado una imagen artística en el escenario que busca «blanquear» sus rasgos mestizos y proyectar un sentido de modernidad: visten botas de cuero hasta la rodilla y con tacones altos que prolon-



Azucena Aymara. Carátula de dos de sus álbumes. Izquierda: CD PZ-CD-028. Producciones Zapata. Derecha: CD Vol. 13.

gan su estatura; también usan trajes que acentúan la sensualidad de sus cuerpos, como minifaldas, pantalones cortos y blusas decoradas con brillos y lentejuelas. Además, cambian el color oscuro de sus cabellos por un color rubio, algo atípico en las mujeres mestizas ecuatorianas.

La imagen de las cantantes de tecnocumbia contrasta con aquellas que aparecen en las carátulas de sus discos de música chichera. En su primer CD de huaynos y sanjuanitos (1990), Azucena Aymara aparece con zapatos de plataforma y un vestido blanco ceñido al cuerpo, corto y con un escote profundo. Su cabello negro está recogido en un moño. Su postura y el fondo de una ventana en la foto sugieren que la fotografía fue probablemente tomada en una fiesta. La imagen de Aymara cambia de modo radical con el tiempo. En la cubierta de su décimo-tercer álbum (2003), obviamente realizado en un estudio profesional, ella tiene su cabello de color rubio y viste una falda azul con un sesgo profundo a los costados, enseñando su pierna hasta la cintura.

La imagen de María de los Ángeles también ha cambiado con el transcurso del tiempo. En uno de sus primeros álbumes de mediados de los años noventa, *Del Ecuador para el mundo*, ella apa-



María de los Ángeles. Carátula de dos de sus álbumes. Izquierda: uno de los primeros CD. Derecha: Vol. 7. Producciones Zapata Internacional.

rece en sus años adolescentes con sus cabellos oscuros y una vestimenta sencilla. En la portada del Volumen 7, tiene su cabello teñido de color rubio y viste un traje típico de tecnocumbia. La postura del cuerpo en ambas fotos es también diferente, en la primera refleja candidez, en la segunda sensualidad.

Otras cantantes de tecnocumbia, como Paty Ray, Hipatia Balseca y Gigi, cantan con vestimentas similares y con los cabellos teñidos, como los de Azucena Aymara y María de los Ángeles. Grupos femeninos aficionados continuaron esta tendencia estética en la Costa, pero mostrando sus cuerpos voluptuosos con trajes aún más provocativos. Esta vestimenta ha generado críticas de parte de los detractores de la tecnocumbia, quienes atribuyen el éxito de las cantantes al despliegue de sus cuerpos sensuales, más que a su talento musical. Los cantantes de *música nacional*, quienes se enorgullecen de haber hecho un nombre artístico con sus voces, disciplina y arduo trabajo, critican la falta de profesionalismo de estos grupos femeni-

nos. Los siguientes mensajes que aparecen en algunos videos difundidos en YouTube son indicadores de esta opinión por parte del público general:

¿Son estas mujeres cantantes, putas, o bailarinas que se desnudan? ¿Por qué están casi desnudas y vestidas como si fueran putas con botas?

[...] esto es una mierda, hacen quedar mal a la música ecuatoriana, deberían tomar clases de canto, una cosa sí es cierta, se exhiben como si estuvieran en venta.⁵

...qué vergüenza me da ser ecuatoriano, cuando en todo el mundo a través [sic] de internet se muestran todas estas chilteras que de cantar no tienen ni la menor idea, de bailar mucho menos, la única cosa que devo [sic] reconocerles es que están más o menos de carne, pero no bastan dos tetas y un culo para representar a un país hermoso como el Ecuador. Compatriotas no pierdan la cabeza por un culo, el Ecuador tiene artistas de gran talento.⁶

No obstante, muchos hombres y mujeres a quienes entrevisté en los conciertos de MPE, consideraban estos trajes sensuales como un elemento de presentación artística. Algunas personas mencionaron que es la capacidad de los artistas de cantar con sentimiento, en lugar de su vestimenta y movimientos sensuales, lo que les atrae de la música:

...este grupo es muy bueno. Yo en lo personal veo que grupos como este--- hacen lo mejor con los limitados recursos que tienen y creo que tienen buena voz y el que salgan con poca ropa no las hace mujerzuelas porque tienen talento. Tal vez les falta más creatividad a sus videos, pero apoyemos los videos latinos y no los critiquemos solo por

5. Comentario en el video del grupo Doble Sentido en YouTube.

6. Comentario en el video del Grupo Deseo en YouTube.

eso y los comparemos con videos gringos o europeos que tienen mucho más recursos pero a veces menos talento.⁷

Mueren de envidia mucha gente porque estas niñas están cantando por un futuro y lo hacen con música nacional de nuestro Ecuador, y lo hacen bien. En primer lugar esto no es merengue ni salsa, y si estas niñas están sexy, so what? La Madonna estaba [sic] vestida igual y [a] nadie le importó. También se lo hace Lady Gaga. Vayan a joderle a ellas para ver a donde se las mandan a ustedes pinches viejas celosas. Disfruten de nuestra música con más cache y piquantería [sic].⁸

El *boom* de la tecnocumbia satisfizo el deseo de las juventudes ecuatorianas de las clases populares por una expresión moderna y bailable. Como en el Perú, los cantantes de tecnocumbia en el Ecuador, han incorporado en sus presentaciones coreografías de baile que recuerdan algunos movimientos aeróbicos como saltar y mover los brazos en círculos y semicírculos. Estas coreografías fueron fundamentales para el éxito de la tecnocumbia en el Ecuador, ya que presentan imágenes y movimientos visualmente atractivos que cautivan la atención del público que gusta de este tipo de música. Además parecen compensar la ausencia de la orquesta en el escenario.

Una industria musical alternativa

Como el lector ya se habrá dado cuenta, el *boom* de la tecnocumbia no trajo nuevos actores sociales al escenario de la música ecuatoriana porque tanto los productores, los cantantes y el pú-

blico que asistía a estos conciertos era, de hecho, la misma gente que producía y consumía la música chichera y la rocolera. Muchos grupos musicales y cantantes solistas surgieron a fines de los años noventa pero; solo unos pocos lograron hacerse un nombre y permanecer activos en los escenarios durante más de una década. Si bien es cierto que muchos grupos femeninos de tecnocumbia aparecieron en Guayaquil,⁹ solo unos cuantos lograron tener la aceptación que tienen los cantantes solistas de la Sierra, como Gerardo Morán y María de los Ángeles, quienes convocan miles de admiradores cuando se presentan en los conciertos de MPE. Esta sección examina las estrategias musicales que utilizan los cantantes de la Sierra que iniciaron el movimiento de la tecnocumbia, para entender cómo promueven su música.

Una industria musical alternativa emerge a fines de los noventa para promocionar la MPE y sus cantantes a nivel local, regional, nacional e internacional. Empresarios de los sectores populares comienzan a producir nuevos programas musicales en la radio y en los canales de televisión de onda corta en Quito. Uno de ellos es Luis Ernesto Terán, un hombre visionario que empieza a promocionar la música rocolera en la radio en los años ochenta y creó el programa *Diez sobre Diez* (con su logo 10/10), el *show* de televisión de mayor sintonía en los sectores populares de Quito. Terán usa su programa para promocionar los conciertos que organiza, los cuales filma y presenta en su programa como vi-

7. Comentario en el video del Grupo Deseo en YouTube.

8. Comentario en el video del grupo Doble Sentido en YouTube.

9. La tecnocumbia en la Sierra se desarrolló en torno a la figura de un cantante solista acompañado de bailarines, mientras que en la Costa son más prominentes los grupos femeninos que cantan y bailan simultáneamente. La tecnocumbia interpretada por grupos femeninos en la Costa tiene otras dinámicas sociales y espera una investigación académica.

deoclips. Una manera de producir estos conciertos es conseguir suficientes artistas para el evento, mediante el trueque de publicidad gratuita en la televisión a cambio de las presentaciones. Esta estrategia permite promocionar la MPE y a sus cantantes con una inversión mínima que genera utilidades para el promotor. Si bien, este intercambio funciona bien para los cantantes que empiezan su carrera musical, los artistas famosos, sobre los cuales depende el éxito del evento, se sienten explotados.

En los años noventa del anterior siglo, no existían programas de televisión dedicados a la MPE (aparte del *Diez sobre Diez*), pero estos empezaron a proliferar a fines de la década de los noventa. La mayoría, como *Energía total*, *Kandela* y *Farra total*, eran transmitidos en la programación de la noche y presentaban uno o dos conductores que interactuaban con el público a través de llamadas telefónicas, tal como hacen los DJ en los programas de radio. Al principio, estos *shows* presentaban videoclips producidos de una forma elemental, colocando una cámara de video frente a una pared donde el cantante interpretaba su canción. Con el *boom* de la tecnocumbia, los productores de televisión comenzaron a filmar videoclips con la imagen de importantes monumentos y calles de Quito como fondo musical. Consciente de que los migrantes ecuatorianos son los principales consumidores de los videos de MPE en el extranjero, Patricio Córdor, el productor de *Energía total*, se aseguró de incorporar imágenes de paisajes ecuatorianos que traigan recuerdos a los migrantes. Estos videoclips tuvieron tal demanda que los comerciantes informales empezaron a vender copias piratas. Las élites ecuatorianas, sin embargo, se burlaban de estos videos por

la falta de sofisticación de las canciones y de las imágenes presentadas.

En el 2004, Córdor introdujo nuevos cambios en la producción de videos cuando empieza a dramatizar las letras de las canciones, siguiendo el ejemplo de los videos MTV. En *Compárame*, Azucena Aymara aparece comentando una escena romántica entre su ex novio y su actual pareja. Aymara le pide al hombre que la compare con su actual pareja, convencida de que ella, la cantante, es la mujer que el ama. El video es filmado con el fondo de un restaurante, una casa y las calles de Quito, siguiendo la historia de la letra de la canción. En el video *Palomita*, Gerardo Morán aparece manejando una motocicleta en una carretera desolada y ruega a su novia que lo perdone y regrese a su lado porque se siente solo y la extraña. La ausencia de personas y otros medios de transporte en la carretera por donde circula su moto refuerza la sensación de soledad y nostalgia que siente en su interior. Muchos artistas de la MPE han subido sus videoclips en la página de YouTube; otros aparecen solamente en los programas de televisión.

Estrategias de mercado

Los cantantes de tecnocumbia han desarrollado sus propias estrategias de mercado para promocionar su música: rifan sus CD y sus *posters* al público más entusiasta durante sus presentaciones, incluyen sus números de teléfono y de fax en las cubiertas de los discos y en los videoclips para recibir «pedidos y contratos», y aparecen en los programas de televisión de los canales VHF en Quito, invitando al público a acudir a los conciertos. Estas elementales estrategias de mercado rara vez son implementadas en la promoción de la *música nacional*.

Los artistas nacionales, en general, no utilizan videoclips para promocionar su música, no solo debido al alto costo de producción, sino también a la creencia generalizada de que un verdadero artista se dedica al arte por el arte, y no por comercio.

A diferencia de los cantantes de la *música nacional* que culpan a la piratería musical por el declive de este tipo de música, los cantantes de tecnocumbia consideran la venta de discos piratas como un medio de promoción para obtener «pedidos y contratos», ya que el público que los contrata tiene la oportunidad de escuchar sus nuevas canciones por el costo de un dólar. Por otra parte, los cantantes de tecnocumbia compiten con los vendedores piratas al ofrecer sus CD a precios módicos durante sus presentaciones. Mientras los almacenes de música venden los CD originales a siete u ocho dólares, los cantantes los ofrecen por cinco dólares (en cajas de plástico), y desde el 2004, por tres dólares (en cajas de cartón).¹⁰ Los cantantes de MPE animan a sus admiradores a apoyar al artista nacional comprando los discos originales. María de los Ángeles, por ejemplo, frecuentemente se dirige a su público con el siguiente comentario: «Nosotros, los ecuatorianos, debemos escuchar primero la música ecuatoriana; segundo, la música ecuatoriana; y tercero, la música ecuatoriana». Además, el público se inclina a comprar el CD original porque reciben un *poster* gratuito del artista como bono.

Los cantantes de tecnocumbia pueden vender sus CD a precios más económicos que los almacenes de música porque sus costos de producción son signi-

ficativamente más bajos que los de otros tipos de música. Se necesita solo un músico para hacer los arreglos y grabar las pistas con sonidos digitales. Las partes vocales requieren unas cuantas horas de grabación en el estudio. El costo de la carátula es mínimo porque el diseño incluye solo una fotografía del artista e información básica de las canciones (título y autor), las cuales son impresas en un papel económico. Por otro lado, los CD son duplicados en el Perú aprovechando que los costos de reproducción y transporte son más bajos en el país vecino del sur que en los Estados Unidos o Colombia. La conversión del dólar al sol, la moneda peruana, disminuye también el costo de reproducción. Como no hay intermediarios, en este caso un almacén de música que añade una comisión al precio de venta al público, los cantantes obtienen una ganancia líquida con los CD que venden en los conciertos.

Para mantener su *ranking* de popularidad, los cantantes de tecnocumbia graban un CD por año. Azucena Aymara, por ejemplo, comenzó a cantar en 1990 y tenía trece CD grabados hasta el año 2004. María de los Ángeles contaba con diez CD grabados cuando estaba en su veintena de años. En una entrevista del 2004, ella mencionó que el secreto del éxito en la carrera artística es mantenerse visible con la grabación de un CD cada año:

Todo artista tiene su momento exitoso... El ideal sería mantenerse siempre en la cima. Por esta razón, estamos preparando otro CD (entrevista, 2004).

Producir un CD al año es una tarea relativamente fácil para los cantan-

10. Estas cifras responden a los precios de los CDs en el año 2004.

tes de tecnocumbia, puesto que la mayoría de las canciones que graban son «covers» de tecnocumbias peruanas o arreglos modernos de canciones románticas de antaño. Para evitar problemas con los derechos de autor incluyen la sigla DRA (Derechos Reservados de Autor), en la cubierta del disco. Esta es una práctica común en el Ecuador, en particular cuando los artistas nacionales graban canciones de origen extranjero.

Otra estrategia que los cantantes de tecnocumbia utilizan, para mantener visibilidad comercial, es mostrar un par de videoclips regularmente en la televisión, especialmente cuando salen del país en giras de concierto, o cuando promocionan un concierto en el cual van a participar. Es importante para los cantantes producir videoclips de sus canciones porque muchos programas de televisión de onda corta, son organizados alrededor de llamadas telefónicas mediante las cuales el público televidente solicita sus videos favoritos. Estas llamadas funcionan como un barómetro que mide la popularidad de los cantantes. Un productor de televisión comentó en una ocasión que los cantantes que no tienen video tienen menos «pedidos y contratos» que los que sí lo tienen. Por ejemplo, Widinson, uno de los primeros cantantes de tecnocumbia en el Ecuador, fue muy popular entre los años 2000 y 2003, pero su imagen decayó en el 2004. A diferencia de María de los Ángeles, cuyos videoclips son presentados de forma regular en la televisión, Widinson en ese entonces no tenía los suyos para mantenerse visible con su público.

Los programas de televisión de MPE, son filmados en casas privadas, por lo general la del productor del programa, en vez de en un estudio de televisión. Patricio Córdor, por ejemplo, tiene en

su casa un cuarto con equipos audiovisuales modernos y una cortina grande en la pared que utiliza como fondo para presentar el programa y entrevistar a los cantantes. Los programas de televisión también se han diversificado y algunos dedican un programa entero a los cantantes más populares. En el programa *La Negra*, la anfitriona, conocida afectuosamente por este apodo, entrevista a María de los Ángeles sobre su vida, sus viajes y los pasos que ha seguido para construirse una carrera artística. Otro programa dedicado al cantante Ángel Guaraca presenta al artista y a su familia en el pueblo natal, en la provincia de Chimborazo. Este tipo de programas muestra el lado personal de los artistas y los conecta de una manera especial con sus admiradores.

La fiebre por la tecnocumbia promovió nuevas empresas familiares donde cónyuges y familiares manejaban la carrera artística del cantante. Ellos se convirtieron en el personal de relaciones públicas que dirigían la publicidad y los contratos de presentaciones; cambiaban las pistas y controlaban el volumen durante las presentaciones, o hacían de chóferes para llevar a los cantantes y bailarines a la siguiente presentación. Las madres y los cónyuges seleccionaban y confeccionaban los trajes de los cantantes. Los bailarines eran casi siempre amigos y familiares que aprendían los bailes con algún coreógrafo.

Una lectura de las élites del boom de la tecnocumbia

Algunos periodistas y cantantes de clase media-alta, aseguran que los cantantes de tecnocumbia no tienen un sentido de originalidad porque su repertorio está formado básicamente por covers de tecnocumbias peruanas, en especial de

Agua Marina y Armonía 10, dos orquestas tropicales de la región de Piura.

Una canción del grupo peruano Los Shapis, *El aguajal*, fue un éxito en el Ecuador en la voz de Gerardo Morán. Jaime Enrique Aymara grabó *Maldito corazón*, una canción del grupo argentino Ráfaga, y *Lágrimas de hombre y Juraré no amarte más*, originalmente de Agua Marina y Armonía 10, respectivamente. En 1999, Widinson grabó *Tu amor fue una mentira*, un éxito de Agua Marina. Hipatia Balseca popularizó *El arbolito*, del grupo Néctar. Tierra Canela grabó *Tu recuerdo*, una canción de Rosy War del año 1999. Estos son solo algunos ejemplos. Los cantantes de MPE graban canciones extranjeras sin el consentimiento de los autores (solo colocan la sigla DRA), y esto les permite lanzar nuevas producciones discográficas cada año. Cabe señalar que los cantantes peruanos hacen lo mismo cuando graban canciones ecuatorianas en el Perú.

La cantante rocolera Juanita Burbano critica la falta de creatividad de los ecuatorianos y su preferencia por una músicaailable de origen extranjero, lo cual, en su opinión, muestra una identidad nacional débil. Ella recuerda que, cuando grabó su primer álbum a inicios de los ochenta, el productor musical le dio una caja de discos peruanos para que escogiera las canciones que quería grabar, en lugar de darle la opción de grabar canciones ecuatorianas (entrevista personal, 2003). Como muchos cantantes populares, ella responsabiliza al gobierno y a los medios de comunicación por la falta de apoyo a los artistas que quieren promocionar la música ecuatoriana:

Ahora nuestro país, en cuanto a la música, es solo una copia de otros países... La tecnocumbia está de moda, pero vino del

Perú, Argentina y Bolivia. No sé si usted ha visto algo creado en Ecuador, algo que identifique al Ecuador .

Cuando los ecuatorianos van a un baile, piden bachata y saben cómo bailar bachata, pero no saben cómo bailar la música ecuatoriana. Así es como la identidad se pierde. ¿Por qué? Porque en nuestro país no hay suficiente apoyo, no hay capital para hacer buenos programas de televisión que promuevan la música ecuatoriana (Juanita Burbano, entrevista personal, 2003).

Los comentarios que aparecen en los videos de YouTube, de los grupos femeninos de tecnocumbia, hacen referencia a una supuesta falta de creatividad de las cantantes:

Nada, nada, nada nuevo, todas las canciones de este "GRUPO" son copiadas, estas no crean absolutamente NADA, solo sirven para mostrar sus tetas y culos, hasta cuándo!

No es nada creativo cantar una canción que ya ha sido éxito, pero este grupo no tiene que dar más nada que mostrar unos cuerpos desnutridos...

El cantar *covers* de canciones extranjeras no es una novedad en el Ecuador, y tampoco una práctica única a la tecnocumbia. Bandas locales, como Los Corvets y el Grupo Bodega, de Guayaquil, y Caravana y Sahiro, de Quito, tocaban *covers* de baladas y canciones *rock'n'roll* en los años sesenta y setenta, tal cual Enrique Guzmán y los Teens grababan «refritos» de *rock'n'roll* en México (Zolov, 1999). Juan Cavero y su Orquesta tocaban *covers* de cumbias colombianas y salsas en la década de los setenta, así como lo hicieron muchas orquestas tropicales en otros países latinoamericanos. Julio Jaramillo es conocido internacionalmente por sus interpretaciones de boleros antillanos y vales peruanos, como *Nuestro juramento* y *Fatalidad*,

que muchos ecuatorianos perciben en la actualidad como una música ecuatoriana. ¿Por qué los detractores de la tecnocumbia creen que cantar covers de tecnocumbia es una falta de creatividad y originalidad de los cantantes ecuatorianos, pero; cuando esto ocurre con otros tipos de música y otros artistas ecuatorianos no lo es?

Los detractores también critican los impulsos comerciales que mueven a los cantantes de tecnocumbia a cambiar continuamente su repertorio de canciones. Gerardo Morán, por ejemplo, ha grabado algunas tecnocumbias peruanas, bachatas dominicanas y cumbias colombianas entre el 2002 y el 2004. La cantante quiteña Hipatia Balseca se hizo famosa con la tecnocumbia, pero también ha grabado covers de canciones dominicanas que mezclan elementos de la bachata y el *reggaeton*, como es el caso de *La colegiala*. Rosita Cajamarca, una cantante de música chichera de inicios de los noventa, grabó exitosamente tecnocumbias a principios de los 2000 y en el 2004, lanzó dos videoclips donde canta huaynos tradicionales con una indumentaria indígena del Perú.

Para justificar el continuo cambio de repertorio, los cantantes ecuatorianos expresan su deseo de «llegar a los corazones de los ecuatorianos» y «traer felicidad a su gente». Azucena Aymara, considera que su trabajo como artista es ayudar a su público a lidiar con el sufrimiento producido por las dificultades económicas y la nostalgia que producen las relaciones de larga distancia. Según la mayoría de los cantantes que entrevisté, ellos simplemente siguen los deseos del público porque tienen una deuda con ellos. Gerardo Morán explica este punto de la siguiente manera:

Uno tiene que estar de moda... Si el público quiere pasillos, entonces grabamos pasillos; si el público quiere boleros, entonces cantamos boleros... He notado que la tecnocumbia tiene una corta vida en la preferencia del público, pero el público quiere escucharla ahora, y nosotros estamos definitivamente dedicados a nuestro público. Lo que quiere el público es una orden para nosotros, lo que ellos nos dicen que hagamos es una obligación... (Gerardo Morán, citado en Santillán, 2001).

A pesar de la insistencia de los cantantes de tecnocumbia en el factor «obligación moral», como la razón que determina la selección del repertorio que cantan, es notorio que los intereses comerciales juegan un papel más decisivo. Algunos artistas indican que ellos deben seguir la preferencia del público porque, de otro modo, no podrían vender sus discos. Según Patricio Córdor, «un cantante puede tener los mejores temas y arreglos del mundo, pero ¿qué pasa si al público no les gusta las canciones?» María de los Ángeles presenta el mismo punto desde la perspectiva de una cantante:

Muchos jóvenes no valorizan nuestra música. Yo comencé cantando música nacional. Canté yaravíes, tonadas, pasacalles. Me gustan los pasillos, los boleros y los valeses. Gané un concurso de música nacional para aficionados, pero no podemos grabar esta música porque el público no quiere comprar los discos (María de los Ángeles, entrevista personal, 2004).

Con la fiebre por la tecnocumbia a fines de los noventa, los cantantes de esta tendencia musical han tenido mayor visibilidad nacional e internacional que los cantantes de *música nacional* y *música rocolera*. Los cantantes de tecnocumbia tienen un público que acude a sus conciertos, compran sus discos y miran sus videos en la televisión. Sin embar-

go, como un productor vinculado con la MPE mencionara en una ocasión, «son los cantantes ecuatorianos, no la música ecuatoriana, los que son hoy visibles».

Las prácticas performativas de la tecnocumbia son bastante diferentes en el Perú y el Ecuador, pues mientras los cantantes peruanos cantan con el acompañamiento de un conjunto musical en vivo, los ecuatorianos por lo general cantan con pistas grabadas. Esto ha llevado a críticos y detractores de la tecnocumbia en el Ecuador a pensar que estos cantantes son simplemente cantantes de karaoke (Michelena, 2003: 45). Un comentario en un video de tecnocumbia subido al YouTube critica la falta de un marco musical en vivo:

Mmmita [sic] ahora se enamoran hasta de un costal de huesos y lombrices [sic] bailando sin talento y puro playback. Tan mal están que ningún músico quiere tocar en vivo para ellas; ni modo seguirán cargando sus cd pistas, ja ja, ja.

Es necesario aclarar que esta analogía con el karaoke no toma en cuenta el hecho de que los cantantes de la tecnocumbia tienen una interacción directa y personal con el público, algunos de los cuales reaccionan emocionalmente, ya sea cantando, llorando o aplaudiendo la música. Si bien la interacción de los cantantes con su público es también importante en el karaoke, la intensidad de la respuesta emocional a las *performances* de la tecnocumbia es atípica en el karaoke, donde el público está más interesado en juzgar y comparar cómo suena la copia con respecto al original. Esta analogía de la tecnocumbia con el karaoke subestima los usos y funciones de las pistas en las *performances* en vivo y la interacción significativa entre los cantantes y su audiencia.

Con respecto a la poca valoración de la música grabada, Jeremy Wallach sugiere que «las grabaciones generan una “presencia sónica” que da base al sonido musical y al significado tal cual lo hacen las presentaciones en vivo» (citado en Waxer, 2002). Además es conocido por todos que los artistas, ya sean aficionados o profesionales, cantan con pistas grabadas cuando una banda u orquesta es logística o económicamente no viable.

Los cantantes de tecnocumbia encuentran numerosas ventajas en el uso de pistas. Azucena Aymara y María de los Ángeles señalan que las pistas les ahorra tiempo y dinero al no tener que contratar músicos y lidiar con el transporte de instrumentos y equipos de amplificación. Esto es en particular importante durante los fines de semana, cuando las cantantes tienen tres o más presentaciones al día en diferentes lugares:

Me gustaría cantar con guitarras, acordeón, bajo y percusión, pero esto representa mucho gasto e inversión. La gente que organiza los conciertos siempre trata de reducir los costos. Por esta razón me he visto forzada a trabajar con pistas.... (Azucena Aymara, citado en Santillán, 2001).

No podríamos estar en otras presentaciones si tuviéramos que armar y desarmar el sistema de amplificación. Estaríamos hablando de unos 4 000 dólares. Es mejor para nosotros usar pistas. Podemos programar dos, y hasta tres presentaciones en un día... (María de los Ángeles, entrevista, 2004).

Según Gerardo Morán, las pistas no solo dan una mejor calidad de sonido, también son más confiables que cantar con una banda que tenga una mala amplificación. Además, él prefiere cantar con pistas porque todos los instrumentos pueden escucharse claramente:

Ahora todo se canta con pistas. A veces suena mejor... desafortunadamente, no hay un buen sonido aquí y con la pista, que tiene la orquesta entera, se puede escuchar mejor. Sin embargo, es triste para los músicos porque hay muchos que son buenos, pero desafortunadamente no pueden trabajar en la grabación [de una canción] (Gerardo Morán, citado en Santillán, 2001).

Cabe destacar que los cantantes peruanos de tecnocumbia no tienen éxito en el Ecuador, así como tampoco lo tienen los cantantes ecuatorianos en el Perú. El 13 de enero del 2003, Agua Bella, un grupo femenino del Perú, hizo su debut en la Plaza de Toros de Quito, la prestigiosa plaza donde cada año se realizaba la Feria Taurina, en el marco de las festividades conmemorativas de la fundación de la capital. El público del concierto, formado en su mayoría por mestizos de las clases populares, tuvo una reacción inusitada a esta presentación: en vez de bailar animadamente, como por lo general lo hacen cuando sus artistas favoritos entran al escenario, el público estaba sentado en silencio, observando a las cuatro jóvenes bailar en el escenario. A pesar de que Agua Bella había incluido un set de canciones ecuatorianas muy conocidas, como el albazo *Avecilla* y las bombas *Carpuela* y *Pasito tun tun*, el grupo no tuvo un recibimiento cálido por parte del público. Los arreglos musicales, la amplificación, el sistema de luces y la presentación del grupo eran muy profesionales, pero algo faltaba para levantar el ánimo del público. Algunos elementos en la presentación de Agua Bella eran distintos a los de las presentaciones de la tecnocumbia en el Ecuador, especialmente la presencia de un conjunto musical que acompañe las canciones en vivo. Este ambiente musical no hizo la presentación

de Agua Bella más interesante que las de los cantantes ecuatorianos que usan pistas grabadas.

Agua Bella vestía trajes más provocativos que los de las cantantes ecuatorianas, algo nuevo e inesperado en ese tiempo. Por otra parte, el *show* incluía a un presentador que anunciaba las canciones e interactuaba con el público. Si bien el anunciador parece ser una figura clave en los conciertos de música popular en el Perú, en el Ecuador no existe una figura análoga. Era obvio que Agua Bella estaba tratando de conquistar al público quiteño con estrategias que funcionan en su país, pero no en el Ecuador.

Las presentaciones con música en vivo no son un barómetro que pueda medir el profesionalismo musical de los artistas. El discurso sobre la falta de profesionalismo es otra forma en que las élites construyen jerarquías sociales que les permite distanciarse de las clases populares. Este discurso, ubica a los cantantes de la *música nacional* como verdaderos artistas profesionales al cantar con un marco musical en vivo, mientras que los cantantes de tecnocumbia son simplemente «cantantes de karaoke».

Conclusión

La tecnocumbia refleja la experiencia ecuatoriana con la migración internacional en los inicios del siglo XXI, situación que se ve reflejada en las letras de las canciones que relatan experiencias sobre relaciones de larga distancia, ruptura de la pareja y separaciones familiares. Estas imágenes de sufrimiento y pérdida resuenan con aquellas que presentan la *música nacional* y las canciones rocoleras, dando así continuidad a varios temas comunes en la música popular ecuatoriana. Cabe destacar que los cantantes de tecnocumbia han

mostrado formas creativas de adaptar las prácticas musicales globales al ambiente local. La agencia de los productores y cantantes de la MPE, al promocionar su música utilizando una industria musical alternativa, fue crucial para la difusión de la tecnocumbia a nivel nacional en los inicios del 2000. Las clases populares apoyan esta música acudiendo a los conciertos, comprando CDs y contratando a los cantantes de tecnocumbia para animar eventos sociales privados. Ellos llegan a concebir la tecnocumbia como una música ecuatoriana no por sus raíces musicales, sino por el hecho de que esta es producida y cantada por y para los ecuatorianos. El hecho de que la techno cumbia utilice las mismas redes de promoción y distribución de la música chicheña y la rocolera, además de que varios artistas exchicheros y exrocoleros se convirtieron en las principales estrellas de la tecnocumbia, refuerza este imaginario colectivo.

Según Romero (2002) y Quispe (2002) la tecnocumbia fue inicialmente una música moderna atractiva a muchos sectores socioeconómicos del Perú debido a que esta se percibía como una música tropical internacional. La ausencia de melodías andinas, el carácter alegre de la música, su origen amazónico, y la presencia de figuras femeninas que bailan con trajes exóticos y movimientos sensuales eran atípicos de la música popular andina. A diferencia del país vecino del sur, la tecnocumbia nunca fue atractiva a los sectores de la clase media-alta ecuatoriana. Por el contrario, esta fue siempre un objeto de burla y crítica por una supuesta falta de calidad artística de parte de los cantantes de tecnocumbia, lo cual se observa en varios discursos sobre la falta de originalidad y profesionalismo que he presentado en este estudio.

Si bien los sectores de las clases media y media-alta, consideran las versiones ecuatorianas de la tecnocumbia como una simple imitación, porque son covers de canciones peruanas que se cantan con el acompañamiento de pistas, los comentarios de las personas que acuden a los conciertos y aquellos que aparecen en YouTube indican que los admiradores de la tecnocumbia gozan de estas canciones por muchas otras razones.

Mi opinión, sobre el fenómeno de la tecnocumbia en el Ecuador difiere de las presentadas por algunos científicos sociales y músicos ecuatorianos, quienes explican el éxito comercial de la tecnocumbia al constante bombardeo musical por la radio y la televisión, lo cual incide en los gustos y preferencias de los oyentes. Si bien es cierto que la radio y la televisión ejercen una gran influencia en la psiquis del pueblo, también noté que los fanáticos de la tecnocumbia en Quito, se sentían atraídos hacia los cantantes y sus canciones por lo que representan –artistas del pueblo que cantan para el pueblo con el sentimiento nacional que los identifica.

Es difícil trazar una línea divisoria entre la tecnocumbia y la música chicheña, especialmente en la región de la Sierra, porque ambos estilos se definen más en términos extramusicales (contextos sociales, etnicidad y vestimenta de los cantantes), que musicales. Es interesante observar que mientras los medios de comunicación oficial «descubrieron» la tecnocumbia en los inicios del 2000, los cantantes de tecnocumbia buscaban en ese mismo período innovar su repertorio de canciones porque su público estaba perdiendo interés en ella. Mientras unos cantantes buscaban hacer covers de nuevos estilos musicales, especial-

mente de origen extranjero, otros buscaban modernizar la música tradicional ecuatoriana.

Bibliografía

2005. *Leyendo la globalización desde la mitad del mundo. Identidad y resistencias en el Ecuador*. Quito: Editorial El Conejo.
- Michelena, Esteban
2003. "Divas, transgresores y el Otro. Devuelvan las entradas", en *El Búho*, nov.-dic., pp. 44-45, Quito.
- Quispe Lázaro, Arturo
2002. "La Tecnocumbia: integración o discriminación solapada?" en *Revista Quehacer*, No. 135. Lima, Perú.
- Romero, Raúl
2002. "Popular Music and the Global City. Huayno, Chicha, and Techno-cumbia in Lima", in *From Tejano to Tango*, ed. Walter Clark. London: Routledge pp. 217-239.
- Santillán, Alfredo
2001. *Cultura popular y globalización: El campo de la música rocolera: actores, instituciones y negociaciones culturales*. Tesis de Licenciatura. Pontificia Universidad Católica de Quito.
- Turino, Thomas
2008. *Music as Social Life*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Waxer, Lise
2002. *The City of Musical Memory. Salsa, Record Grooves, and Popular Culture in Cali, Colombia*. Middleton, CT: Wesleyan University Press.
- Wong Cruz, Ketty
2012. *La música nacional: Identidad, mestizaje y migración en el Ecuador*, La Habana, Casa de las Américas.
- Zolov, Eric
1999. *Refried Elvis, The Rise of the Mexican Counterculture*. Los Angeles: University of California Press.

Entrevistas

- Azucena Aymara, Quito, 27 de septiembre del 2002
- María de los Ángeles, Quito, 12 de diciembre del 2003
- Juanita Burbano, New York City, 23 de mayo del 2003
- Patricio Córdor, Quito, 15 de diciembre del 2003
- Ricardo Realpe, Quito, 23 de agosto del 2005
- Lola Zapata, Quito, 9 de diciembre del 2003