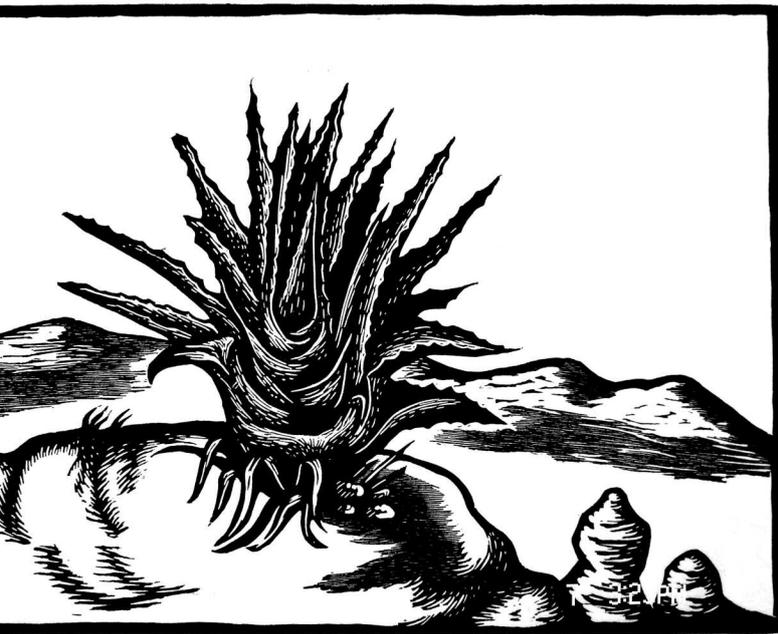


Daniel Sheehy\*

ETNOMUSICOLOGÍA

## ¿Tacos con salsa o con catsup? Perspectivas y estrategias para la continuidad cultural



**E**sta presentación se compone de dos partes: la primera corresponde al periodo de 22 años que trabajé en el Fondo Nacional para las Artes, mientras la segunda empieza cinco años atrás, cuando en la Institución Smithsonian me ofrecieron ser responsable del sello discográfico Smithsonian Folkways Recordings; sin embargo, como tengo el problema de que no puedo decir no, siempre digo yes, pronto me nombraron también coordinador de “Nuestra Música”, un proyecto de música latina.

Ahora bien, cada una de las dos partes de esta conferencia recibirá el nombre de una estrategia cultural: *in reach* o extenderse hacia dentro de la comunidad, y *out reach* o llegar al público más amplio posible. Además de que son dos importantes estrategias de instituciones como el Fondo Nacional para las Artes de Estados Unidos, también se relacionan con la responsabilidad de mis funciones en los dos casos, y tienen que ver con la administración de programas para apoyar la continuidad cultural, en gran parte a través de la música tradicional.

Quiero enfatizar la categoría de continuidad cultural más que la de música, pues me interesa señalar que la música tradicional forma parte de un mecanismo más grande, complejo y dinámico; de un mecanismo que llamamos cultura. Es decir, la música por sí misma no tiene más significado o importancia que el dado por los grupos humanos, y por eso varía de persona a persona, de comunidad a comunidad, de contexto social a contexto social y de tiempo a tiempo. Obviamente, la música y la cultura evolucionan juntas con el tiempo, y subrayo que para hablar de música tradicional

\* Smithsonian Institution, director del sello discográfico Smithsonian Folkways Recording, de Estados Unidos.

en el contexto de la globalización es necesario considerar no solamente la música, sino todo el paquete de la música, de la cultura musical.

Voy a comentar ciertas perspectivas que algunos músicos han compartido conmigo, y así ofrecer ingredientes para nuestras conversaciones en este foro. Tómenlas como pequeños perfiles para sugerir estrategias de apoyo a la continuidad cultural, y con este concepto quiero implicar que los miembros de una cultura tengan la capacidad y los elementos necesarios para recrearla conforme a su memoria, valores y sus aspiraciones. Claro que, ante todo, yo hablaré de un contexto estadounidense.

#### La salsa y la catsup

Hace pocos años tuve oportunidad de conversar en Los Ángeles con el director del mariachi Los Camperos, Nati Cano, una de las personalidades más importantes e influyentes en materia de música tradicional mexicana.\* En los grandes festivales, glorificando al mariachi como símbolo cultural de raíces mexicanas, Los Camperos siguen siendo ídolos, y los jóvenes de los talleres de música mariachera veneran a Nati como héroe y modelo.

Sus experiencias en el contexto de la música en Estados Unidos le hicieron pensar en términos más grandes acerca de su trabajo, y para ubicarse mejor en esta situación hizo algunos cambios, musicales y sociales, en el contexto de sus presentaciones, entre ellos uno muy importante y revolucionario para su tiempo (1974): invitar a una mujer al grupo y así romper la barrera del género sexual; incluso pensó en abandonar el repertorio de sones y música ranchera por la música pop, pero no lo hizo. En 1989 —y en

\* Véase Daniel Sheehy, *Mariachi music in America*, Oxford, Oxford University Press, 2005; Mariachi Los Camperos de Nati Cano, *¡Llegaron Los Camperos!: Concert Favorites*, Smithsonian Folkways Recordings, 2005 (con abundantes notas biográficas y explicativas de Sheehy).



Ejecutante ñahñú de acocote, procedente de Hidalgo, en la Cumbre Tajín, 2006. Foto: Ulises Fierro Alonso.

reconocimiento a sus actividades a favor de la tradición musical de la comunidad mexicana—, el *National Endowment for the Arts* le otorgó la mayor distinción que ofrece el gobierno federal en el campo de las artes tradicionales: el galardón para el Patrimonio Cultural Nacional.

En esa conversación le pedí su opinión acerca de los nuevos arreglos, estilos, repertorio y coreografía de otros grupos; fue obvio que tomó la pregunta en serio, y que había pensado mucho en este tema:

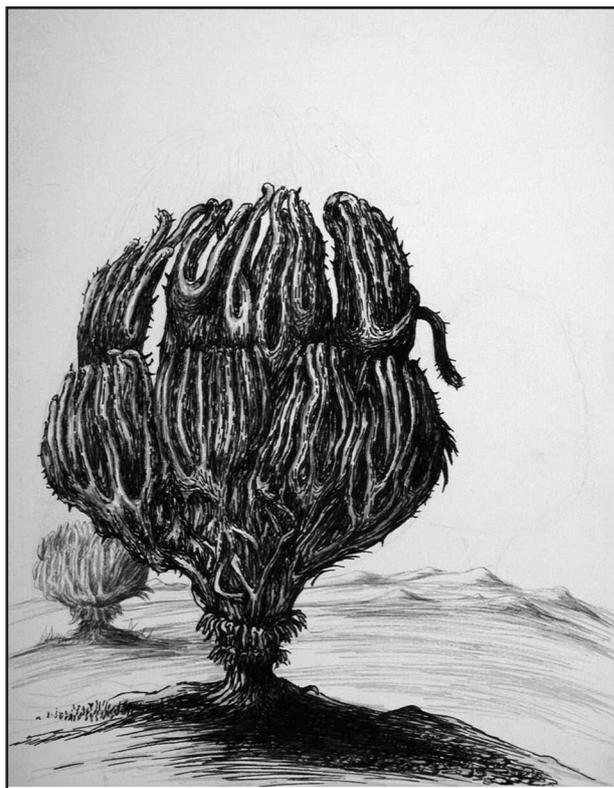
Mira, no deberías cambiar cosas que son clásicas, deberías dejarlas como son. Cuando me preguntan ‘¿cómo te

gusta este mariachi?', yo les digo: no deberíamos hacer todos lo mismo, no es bueno para la humanidad que todo sea lo mismo, pero hay límites, hay un límite que dice que no debe de ser así, ahora es otra cosa. Mira, yo lo explico así, el taco, tanto como el mariachi y el tequila, es una imagen mundial de México ¿no? En el taco con salsa de tomate, salsa verde, salsa de chipotle, pónle la salsa que quieras, pero no le pongas catsup.

Nati en realidad dijo *ketchup*, y me gustó tanto la metáfora del taco como imagen del gran dilema contemporáneo que confronta la cultura tradicional ante las intensas fuerzas de cambio —como las que presenta la globalización—, que me la robé para el título del último capítulo de un libro sobre mariachi publicado el año pasado: “Tacos with ketchup or salsa, the challenge of change”, “Tacos con catsup o salsa, el reto del cambio”. Y me gustó más todavía —ahora como indicador de las líneas de falla entre esencias culturales— cuando una de las editoras del libro, una etnomusicóloga muy conocida y admirada, nativa del estado de Tennessee, me preguntó “¿qué tiene de malo tacos con catsup?, suena delicioso”.

Pero les decía que Nati Cano tomó en cuenta el nuevo contexto en que cual se encontraba y vio no solamente la necesidad de cambiar su música, sino también la oportunidad que presentaba el nuevo contexto de Estados Unidos para hacer cambios que él quería hace tiempo. Cuando era joven, él había sufrido el desprecio social hacía su música, tanto por parte de los músicos de conservatorio como de propietarios de cantinas —quienes en la puerta ponían una advertencia: “no se admiten mujeres, uniformados, boleros, mariachis o perros”—. También dice que en Estados Unidos había experimentado el racismo estilo americano, y no podía creer una ocasión, mientras estaba de gira por Texas, que no lo dejaban entrar a un restaurante por ser mexicano. Por eso soñaba con mejorar la situación social de su música y de la comunidad mexicana en Estados Unidos; en ese sentido, la continuidad con cambios era fundamental para el bienestar de su tradición y de comunidad en general.

Permítanme darles otro ejemplo. Hernán Martínez es un aficionado a la música tradicional del Valle de



San Luis —región que comprende el sur del estado de Colorado y la montañosa zona norte de Nuevo México—. Yo lo conocí hace 25 años, cuando él y otros hispanos del valle fundaron su propio consejo de artes al sentir que el consejo artístico local, dominado por los anglos elitistas, no se había preocupado por las artes tradicionales, arraigadas durante siglos de presencia hispana.

Yo admiraba mucho su trabajo y nos hicimos amigos. Un día llegó a mi oficina de la Institución Smithsonian y me puso enfrente a sus tres hijos, para luego preguntar: “Daniel, quiero que les digas a mis hijos por qué deben hablar español y seguir practicando las tradiciones hispanas del Valle de San Luis”. Por supuesto que me dio pánico, pues de repente sentí una responsabilidad tremenda, y rompiendo ese momento de silencio Hernán contestó a su propia pregunta: “porque si no siguen hablando español y practicando las tradiciones de sus antepasados van a dejar ser quienes son, van a ser alguien diferente y nuestra existencia como pueblo terminará”.

Para Hernán y sus amigos del sur de Colorado las maneras y tradiciones de sus ancestros no debían cambiarse, en contraste con la estrategia y perspectiva de



Nati; para ellos era de más valor mantener dichas tradiciones tal como fueron heredadas, y por eso al organizar sus conciertos tomaban muy en cuenta sus tradiciones musicales: tocaban conjuntos de violín y guitarra para interpretar redondos, valesitos, chotises y polkas locales. También crearon galardones para reconocer a los ancianos como depositarios de las tradiciones; produjeron programas de radio para difundir los artistas y costumbres locales; realizaron talleres para transmitir sus tradiciones de una generación a otra.

Al mismo tiempo, y esto es importante, empezaron programas de danza folklórica y de clases de mariachi para jóvenes y tal vez grupos de *rock and roll*, pero ya casi no me acuerdo —aunque yo también toqué *rock and roll*, quiero que sepan—. Lo importante es que estos músicos no descuidaron la preservación de sus tradiciones y lograron expandir el universo de su cultura con otras expresiones, y ésa fue la táctica; es decir, la estrategia seguida fue mantener intacta la parte sonora, como monumento al pasado, pero cambiaron las dimensiones culturales y sociales al ofrecer nuevos contextos para funcionar y valorizarse.

La música fue re-escenificada como un símbolo de identidad para remarcar la importancia esencial de su cultura en esta época; simultáneamente sembraron opciones para mantener su mexicanidad en un concepto más exclusivo, reflejando la realidad social en su alrededor; en vez de desplazar una música por otra, su universo musical, como el universo celestial, se iba haciendo más grande, se expandía cruzando la frontera de Colorado a Nuevo México.

Roberto Martínez nació en Mora, un pueblito en las montañas del norte de Nuevo México. Cuando era pequeño, se hizo una guitarrita con un bote de lata y brazo de palo, en la que fingía tocar como su tío. Años después fue a vivir a Albuquerque y no sólo aprendió a tocar guitarra y vihuela sino que fundó el grupo Los Reyes de Albuquerque, tocando música ranchera y boleros. En la década de 1960 era empleado civil en una base de la fuerza aérea, cuando sucedió algo que cambió su vida y su música para siempre: sufrió discriminación por parte de sus jefes blancos, lo cual le tomó completamente por sorpresa. Llevó a la fuerza aérea a la corte y ganó, y con eso también su tarea musical

adquirió una nueva conciencia: podía dirigirse a muchas personas para valorar su cultura, así como defender sus derechos civiles y culturales a través de la música.

Como era la época del movimiento de los derechos civiles, Roberto Martínez tocó en eventos públicos para apoyar a la raza; compuso corridos para honrar a personajes como Reyes Tijerina y Daniel Fernández, un héroe chicano de la guerra en Vietnam, que se tiró encima de una granada para salvar las vidas de sus compañeros. Roberto Martínez no cambió su estilo musical ni repertorio tradicional, eso fue una constante para él, pero sí cambió el significado y la importancia social de su música.

Un caso distinto es el de Juan Gutiérrez, músico de Puerto Rico que se trasladó de San Juan a Nueva York para trabajar como percusionista en orquestas teatrales de Broadway. Como ahí encontró el antídoto para sus sentimientos de alienación urbana en la música de los afro-portorriqueños, con ellos fundó el grupo Los Primeros de la 21, cuyo sonido entretrejea las tradiciones de origen africano, la bomba y la plena, con el sonido contemporáneo que gustaba a los neoyorquinos.

Luego de cientos de talleres con jóvenes del barrio, organizaron varios eventos anuales en los que honraron a los primeros veteranos y alzaron el perfil público de su tradición. Los Primeros de la 21 se convirtieron en uno de los más influyentes y célebres puntos de encuentro de la identidad puertorriqueña, desatando una explosión de grupos similares de bomba y plena a través del Noreste, e incluso más allá. Además de entregar a sus oyentes un nuevo sonido sacado de lo profundo de la tradición, supieron componer diversas piezas para agrupar a los portorriqueños alrededor de programas sociales contemporáneos. Así, “Isla nena” es un ejemplo —con su refrán “Isla nena, perla cautiva, tu pueblo te liberó de la marina”—, que celebra la exitosa protesta que llevó a la marina estadounidense a abandonar el uso de la Isla de Viajes como campo de tiro.

Al comenzar el grupo, Juan Gutiérrez tenía la idea de tocar las versiones de bomba y plena más fieles a la tradición; sin embargo, terminó por convencerse de que la “tradición” de la bomba y la plena en el ambiente



de Nueva York estaría incompleta sin los sonidos de una música local que, por lo demás, resultaba fundamental para la identidad de los neoyorquinos; en consecuencia, y como los demás artistas que he mencionado, Juan transformó el papel social y significado cultural tanto como el sonido.

### Cambiar para preservar

A partir de los ejemplos anteriores, ahora quiero referirme un poco a las acciones realizadas por dichos actores dentro de su comunidad para integrar su música tradicional —entre comillas— a los cambios de su contexto. Por un lado, de manera muy intencional tratan de no cambiar el producto sonoro, pero transforman o re-escenifican mucho su valor cultural y social; por el otro lado, quizá la música se transforme incluso completamente para mantener su estadio de tradición cultural. En tanto aficionado a la restauración de carros antiguos, me gustaría decir que el primer caso equivale a conservar el *chasis* clásico y poner nuevo el motor, transmisión, frenos, etcétera —como estoy haciendo con mi Mustang 68—, mientras en el segundo se modifica el *chasis* pero conservamos el motor.

Durante mis años en el Fondo Nacional para las Artes, la estrategia más importante era ofrecer apoyo financiero a proyectos enfocados al interior de las comunidades, de manera que esos recursos humanos y materiales ayudaran a fortalecer las conexiones entre miembros de la comunidad y su memoria cultural. En Estados Unidos el contexto quizá es un poco diferente porque hay más interés en preservar la cultura o la tradición como forma de resistencia; y aunque estoy seguro de que lo mismo ocurre en México, en mi país representa una categoría casi universal; ésta es una de las estrategias que considero parte del *in reach*.

El propósito, repito, consistía en ofrecer las herramientas necesarias para facilitar la transmisión y recreación de las tradiciones en manos de sus miembros: se apoyaba el aprendizaje de una persona con otra persona, había talleres para formar grupos más grandes en una tradición, conciertos comunitarios, programas en escuelas locales, grabaciones para distribución por

canales dentro de la comunidad y muchos más. Recuerdo que cuando un amigo estuvo a cargo de un proyecto relacionado con música étnica del norte de California, para distribuir los casetes llegó al único mercado de toda la zona y ahí repartió las grabaciones a la gente que llegaba de las montañas. Con esto concluyo la primera parte de esta presentación y paso a la segunda.

### Estrategias hacia adentro y hacia afuera

En 2000, tres años después de la llamada “revolución republicana”, cuando se recortaron casi a la mitad los fondos y el personal del Fondo Nacional para las Artes, la Institución Smithsonian me ofreció la oportunidad de dirigir el sello discográfico Smithsonian Folkways Recording y el Museo de Sonido —es decir, la colección de grabaciones del Center for Folklife and Cultural Heritage—, que representa un gran acervo de tradiciones populares y patrimonio cultural.

Como muchos de ustedes saben, la Institución Smithsonian en realidad es una especie de museo nacional de Estados Unidos, integrado por una red de 18 museos, el zoológico nacional y nueve centros de investigación, la gran mayoría ubicados en Washington, D.C. Como yo, el Centro de Tradiciones Populares y Patrimonio Cultural se dedica desde hace cuatro décadas a la investigación y preservación del patrimonio inmaterial de Estados Unidos y otras partes del mundo. De hecho, en uno de los festivales de la Smithsonian conocí en 1975 a Irene Vázquez Valle, una gran historiadora del Museo Nacional de Antropología de México, quien llevó a un grupo de músicos que tocaba sones regionales.

El sello discográfico Smithsonian Folkways Recording comenzó a trabajar en Nueva York en 1948 como una empresa privada; su fundador y director, Moses Hash, dedicó su vida a documentar y difundir la música y tradiciones orales de los pueblos del mundo. En 1987, un año después de la muerte de Hash, el catálogo de Smithsonian Folkways Recording —entonces integrado por más de dos mil discos con música de todo del mundo— pasó a la Smithsonian y se convirtió en la colección más importante. Hoy este acervo

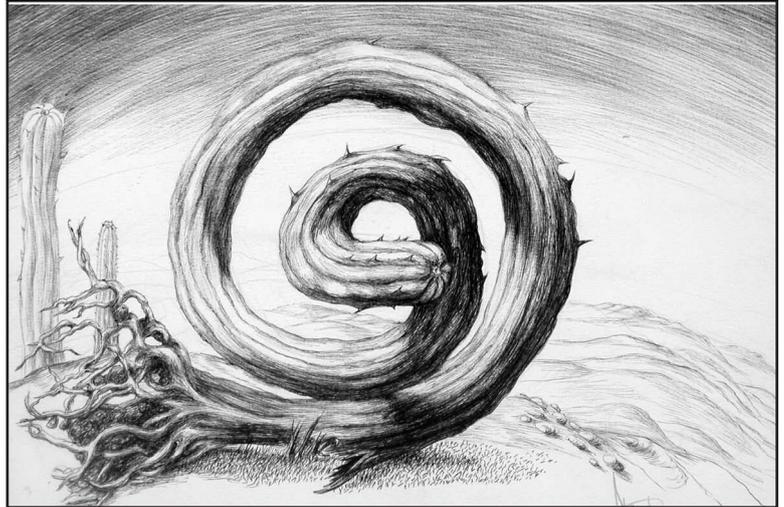
cuenta con siete sellos en los que se han editado tres mil discos con cerca de 40 mil piezas. El sello empezó a funcionar en 1989 para continuar el trabajo de Hash y de la Smithsonian Folkways Recording, por lo que se trata de una colección que también trabaja como un sello de discos.

Según el acuerdo entre la familia Hash y la Smithsonian, todo el catálogo de discos debe mantenerse accesible al público para siempre —no sé cuánto tiempo sea para siempre, pero así dice—, y su conservación debe mantenerse mediante la venta de discos, no a través de subsidios del gobierno ni del museo, por lo que el único subsidio se destina a los quince empleados, entre ellos su servidor. Con esta idea de autonomía económica se buscaba mantener la producción discográfica al margen de los caprichos burocráticos y garantizar que la distribución llegara a un mercado amplio.

#### Hacia un sonido tradicional globalizado

**P**ero cumplir con estos dos requisitos no ha sido fácil en términos económicos, pues ¿cuántas compañías pueden garantizar que sus grabaciones estarán a la venta para siempre? De hecho ninguna, porque económicamente no funciona. Pero esto puede cambiar gracias a la tecnología, que permite digitalizar el sonido y hacer copias individuales de discos mediante el uso de CD-R, ya que así hemos cumplido los deseos de Moses Hash de siempre tener copias disponibles de los tres mil álbumes de la colección, y cuyo catálogo puede ser consultado en nuestra página *web*.

Además, en Colombia se publican alrededor de 20 discos nuevos cada año, ya sea compilaciones de la colección o grabaciones originales como ésta, una serie de canciones del movimiento chicano llamada *Rolas de Aztlán. Songs of the Chicano Movement*, que es muy reciente y fue comentada hace unos días en el periódico *La Jornada*; en Estados Unidos publicamos un disco de música para niños; un álbum de música jíbara que obtuvo dos nominaciones para el Grammy; el disco de sonos huastecos de los Camperos de Valles, el segundo disco del mariachi Los Camperos y otro de música lla-



nera de Colombia. Cada año hemos distribuido en el mercado internacional cerca de 250 mil copias de discos de la colección, así que funciona más o menos bien.

Y para que funcione mejor pusimos en marcha una nueva iniciativa, llamada *Smithsonian Global Sound*, que se enmarca en la estrategia ya mencionada del *out reach*, es decir, extenderse hacia un público más amplio al ofrecer por medio de Internet no nada más la información cultural relacionada con Smithsonian Folkways Recordings, sino también la colección de archivos de música tradicional a mucha más gente en todo el mundo. Por medio del Smithsonian Global Sound buscamos crear un gran museo virtual de sonido disponible para todos los que tienen acceso a Internet, por lo que oyentes de todas partes podrán escuchar música y conocer la cultura étnica de 166 países, así como las tradiciones culturales presentadas en la página electrónica de la Institución Smithsonian.

En suma, buscamos fortalecer el compromiso de la gente con su propio patrimonio cultural y, al mismo tiempo, ampliar el interés por apreciar las culturas de otros pueblos, para quienes lo importante es llegar al mundo. Sin embargo, también quiero remarcar que esta nueva estrategia, el Smithsonian Global Sound, es algo más, en la medida en que forma parte de una red internacional de instituciones culturales en las que se trabaja para preservar y difundir el contenido de sus colecciones.

En 2001 la fundación Rockefeller apoyó al Centro de Tradiciones Populares y Patrimonio Cultural para hacer un plan de trabajo, abrir una oficina en Seattle, Washington, y echar a andar el proyecto para digitalizar



los archivos sonoros. La tarea fue dirigida por Sean Curset, que antes trabajó para Microsoft, con la asesoría del antropólogo y entonces director de la Institución Smithsonian, Dr. Anthony Seeger, y del también antropólogo y director del Centro, Dr. Richard Kearn. La fundación Ford apoyó la digitalización de archivos en India y Sudáfrica, en tanto que otras fundaciones contribuyeron en distintas formas.

Luego de cinco años de trabajo se lanzó oficialmente la página *web Smithsonian Global Sound*, y actualmente ofrece 40 mil selecciones musicales para descarga, recursos educativos e información cultural detallada\*. Como nosotros creemos que la música es mucho más que sonido, y que su significado sólo cobra sentido en relación con la comunidad que la practica, es de importancia fundamental que la nueva iniciativa ofrezca mucho más que sonido, y por eso hay archivos con fotografías y textos para explicar la música y su contexto cultural, todos realizados y cuidadosamente catalogados por musicólogos y otros expertos. La dimensión educativa de nuestra página *web* ofrece información pertinente para investigadores, profesores, estudiantes, músicos, aficionados a la música y gente interesada en otras culturas.

De esta manera, *Smithsonian Global Sound* permite al Centro de Tradiciones Populares y Patrimonio Cultural ofrecer de manera virtual parte de sus colecciones por medio de archivos de meta-datos llamados archivos colaboradores, lo cual significa que el Centro no tiene necesidad de crear sus propios sistemas de distribución y comercio, que son realmente complejos y muy costosos. Para este proyecto se invirtió más de un millón de dólares, gracias a las fundaciones Rockefeller y Ford; nosotros ponemos la plataforma, y mediante los llamados archivos colaboradores se añade contenido meta data, lo cual aporta un valor agregado al sonido.

Como en el caso de la Institución Smithsonian, la página *web* de *Smithsonian Global Sound* debe ser autosustentable a través de la venta de archivos para descarga. Dado que el gobierno federal no otorga sub-

sidios para mantener las actividades continuas del sector cultural, resulta esencial desarrollar estrategias de mercado para mantener las operaciones cotidianas, además de transferir un porcentaje de los ingresos a los archivos para apoyar su trabajo. Por otra parte, en virtud de que la filosofía de *Smithsonian Global Sound* es proteger los derechos intelectuales de los creadores de los sonidos disponibles en su página *web*, a través de *Smithsonian Folkways Recording* se pagan regalías, y también fomenta el compartir ingresos con archivos y artistas —por cierto, para participar en el proyecto electrónico de *Smithsonian Global Sound*, los archivos deben tener los derechos para vender el material de sus colecciones.

Antes de terminar, quiero enfatizar la importancia de los contenidos de *Smithsonian Global Sound*, sobre todo porque se trata de un sitio sin fines de lucro y con propósitos educativos; como ya dije, también nos interesa apoyar los derechos económicos y creativos de artistas y autores, así como ofrecer un servicio público, tanto hacia el interior como al exterior de las comunidades culturales. Además de los numerosos artículos escritos por etnomusicólogos y otros expertos, en nuestra página *web* se ofrecen imágenes y videos, así como escuchar gratuitamente los primeros 30 segundos de más de 35 mil piezas tradicionales provenientes de todo el mundo. Luego de escuchar una pequeña muestra, cada uno de estos archivos digitales puede ser descargado a un costo de 0.99 dólares, y para ello el visitante o usuario de nuestra página cuenta con varias herramientas de búsqueda, dado que una pieza se puede buscar por país, por palabra, e incluso por instrumento musical de una región determinada.

Así pues, nuestra página *web* es una estrategia de *out reach* para llevar tanto la música como el contenido informativo —el paquete total de la cultura— a un público más amplio a través del Internet; al mismo tiempo, como se trata de reconocer a los grupos, pagar regalías a los artistas y apoyar archivos regionales mediante el trabajo con sus comunidades, podemos ver que también se trata de la dimensión *in reach* mencionada al inicio de la presentación. La estrategia puede variar, lo importante es asegurarse de que en el mundo siempre habrá salsa para echar a los tacos.

\* Puede consultarse en [www.smithsonianglobalsound.org](http://www.smithsonianglobalsound.org) en tanto la página electrónica de la Institución Smithsonian se encuentra en [www.si.edu](http://www.si.edu)