

La música colombiana en México: transculturalidad y procesos identitarios

La cumbia, el porro, el vallenato y otros ritmos de la costa caribeña de Colombia llegaron a México a mediados de la década de 1950, difundidos a través de los discos o las giras de los grupos provenientes de ese país. Durante cierto tiempo disfrutaron de relativo éxito y luego desaparecieron con excepción de la cumbia, que consiguió arraigarse en la mayor parte del territorio mexicano y establecerse de manera definitiva a finales de la década de 1960, interpretada por grupos como los dirigidos por Mike Laure y Rigo Tovar. Para componer su muy conocido repertorio, estas agrupaciones partían de una música colombiana mimetizada, transformada en lo que ellos, o la industria del disco en México, consideraba un sonido más accesible para la audiencia nacional; sin embargo, como no le daban crédito a sus compositores el público pensaba que eran piezas originales.

El vallenato, por el contrario, únicamente logró establecerse en el norte de la república en fechas posteriores, concretamente en Monterrey y otras regiones cercanas; como es bien sabido, dicha zona es la ‘tierra del acordeón’ en México, lo que al añadirse a la empatía con las letras vallenatas podría explicar —cuando menos de manera parcial— el por qué de su adopción en estas latitudes.

El fenómeno de la música *colombiana*¹ de Monterrey se desarrolla prácticamente a espaldas de los medios de comunicación y de los esquemas de

* Estudiante del doctorado en Sociología en El Colegio de México.

¹ Utilizo los términos *colombiana* y *colombia* en cursivas para referirme al producto musical generado exclusivamente en Monterrey, como resultado de la fusión del vallenato y otros géneros nativos de Colombia, con diversos ritmos populares desarrollados en el norte de México. Así, mientras la *colombia* es un género musical, los *colombianos* o *colombias* son los aficionados a dicha tendencia de música popular que, insisto, es impulsada en Monterrey.

comercialización de las disqueras, pues sólo hasta fechas recientes se inició el proceso masivo de difusión y venta. Parte de la explicación sobre el arraigo de este género musical podría deberse a *Los Corraleros del Majagual*, un grupo colombiano que debió permanecer bastante tiempo en el norte del país, zona de frontera con Estados Unidos, debido a problemas de documentación. Esta prolongada estancia del grupo influyó en la percepción y el gusto musical de la región, pues hasta la fecha sus discos tienen gran aceptación entre los consumidores; además, los protagonistas de este fenómeno concuerdan en señalar a Alfredo Gutiérrez (líder del grupo) como la piedra angular para la aceptación de la música colombiana, y en particular el vallenato, en Nuevo León.

Creación y difusión del gusto por la *colombia*

Posteriormente, los personajes centrales para la adopción y permanencia del vallenato fueron los *sonideros*,² quienes durante muchos años viajaron a la Ciudad de México, Estados Unidos y Colombia para conseguir grabaciones de los grupos colombianos originarios de la costa caribeña. Entonces los sonideros disponían de un gran mercado, pues para los sectores sociales que disfrutaban de esos géneros musicales era imposible contratar a un grupo que tocara en vivo, debido a la compleja organización y elevado costo que implicaba un evento así. Poco a poco la discografía de cada sonidero se fue especializando en cada una de las versiones de vallenato cultivadas en Colombia, colección que fue creciendo con los años y permitió generar, también de manera gradual, una sensibilidad hacia la cultura musical colombiana en Monterrey, donde sus bases son firmes y profundas.

Inicialmente, este consumo del vallenato y géneros afines estaba restringido a los bailes de sonideros, pues fuera de ellos nadie podía darse el lujo de adquirir unos discos cuyo valor simbólico incrementaba más todavía

² Los *sonideros* rentan su colección de discos y mezclas, el equipo de sonido y la amplificación. Son contratados para amenizar fiestas de barrio y bailes populares, casi siempre en espacios abiertos.

su ya elevado precio. Sin embargo, con la aparición del casete en 1981 (tecnología que permitió la duplicación de la música) la situación cambió radicalmente. En consecuencia, al ver disminuido su rango de actividad, los sonideros se dedicaron a grabar parte de su acervo en cintas y luego venderlas entre los asistentes a los bailes, quienes mostraban enorme interés por dichas grabaciones en la medida en que resultaba imposible adquirirlas en el mercado formal. Incluso en nuestros días, aun cuando existen importadores legales y las propias disqueras colombianas distribuyen su material en todo el país, el consumo mayoritario es a través de copias pirata, debido al elevado precio de los discos originales, pero sobre todo por el firme arraigo de una cultura de consumo informal, dirigida por los sonideros a través de compilaciones, versiones y mezclas especiales como los discos *rebajados*,³ de amplio consumo entre los *colombianos*.

La apropiación musical y la creación de un fenómeno sincrético

La producción de música *colombia* en Monterrey está encabezada principalmente por Celso Piña, La Tropa Vallenata y La Tropa Colombiana. Celso Piña fue el primero en tocar con su grupo esta música (antes sólo se escuchaban los discos), y se ha distinguido por emular lo más posible el tradicional estilo colombiano. Precisamente esta característica lo había confinado a un bajo perfil, con restringida circulación de sus discos, viendo cómo grupos más nuevos, por ejemplo los Vallenatos de la Cumbia, lograban entrar en los circuitos internacionales de producción y distribución para llegar a Sudamérica y Estados Unidos (Olvera, 2002: 8). Sin embargo, al álbum *Barrio bravo* llevó a Piña al mercado internacional, reconociendo su merecido lugar dentro de la escena musical. Esta producción, que conmemora sus veinte años de carrera artística, tam-

³ Las versiones *rebajadas* consisten en grabar las canciones a velocidad menor de lo normal, de esta manera se escucha la música más lenta. Esta variación regía al vallenato y posee gran aceptación entre los seguidores del género, pues argumentan que así disfrutaban más la música, entienden con mayor facilidad la letra y se amainan los rápidos ritmos del Caribe colombiano.



Danzantes tenek de Chontla, Veracruz, en la Cumbre Tajín, 2006. Foto: Ulises Fierro Alonso.

bién representa el intento para entrar al mercado de las músicas globales, y por tal razón tiene un sonido más internacional y que resulta accesible para diferentes grupos sociales y generacionales. Quizá por ello se esconden las raíces étnicas y populares de la música, optando por mezclarlas con diferentes ritmos de mayor aceptación y de más fácil comercialización. Es claro que su gran éxito se debió a que dejó, por primera vez, de lado su tradicionalismo colombiano para realizar mezclas con otros géneros, además de contar como invitados con artistas de gran aceptación entre la juventud global de clase media y alta de todo México.

En años recientes esta fusión musical empezó a ser cultivada entre múltiples grupos juveniles de sectores populares —autodenominados *colombianos* y que llaman *colombia* al género de música que escuchan—, al interior de los cuales se han formado, aunque también son seguidores de, diversos conjuntos musicales que producen un renovado vallenato mexicano, como La Tropa Vallenata, la Ronda Bogotá, Los Vallenatos de la Cumbia y el Grupo M-19 Colombiano, entre muchos otros.

Los consumidores y productores de la *colombia* pertenecían principalmente a grupos populares y marginales de la ciudad (personas desempleadas o, en el mejor de los casos, en la más baja escala de la actividad productiva), por lo que son identificados —junto con su música— por otros grupos sociales como pandilleros, drogadictos y delincuentes. El epicentro del gusto por este género musical se encuentra en Loma Larga, un cerro cercano al centro de Monterrey que abarca alrededor de 20 barrios, y sobre todo la colonia Independencia, de donde surgen los sonideros.

El nacimiento de estos primeros músicos *colombianos* coincide con la aparición de una nueva propuesta identitaria, el hecho de ser *colombia*, y por medio de ella se puede ver cómo esta primera generación de jóvenes deja de lado al rock (la propuesta identitaria juvenil por antonomasia) y adopta a estos grupos *colombianos* como su modelo (Cruz, 2000). Junto a los grupos de músicos profesionales existen otros que tocan en la calle por el simple gusto de reunirse y producir música para amenizar cantinas, bailes vecinales y

celebraciones menores; también tocan en los camiones de transporte público para ganar algo de dinero.

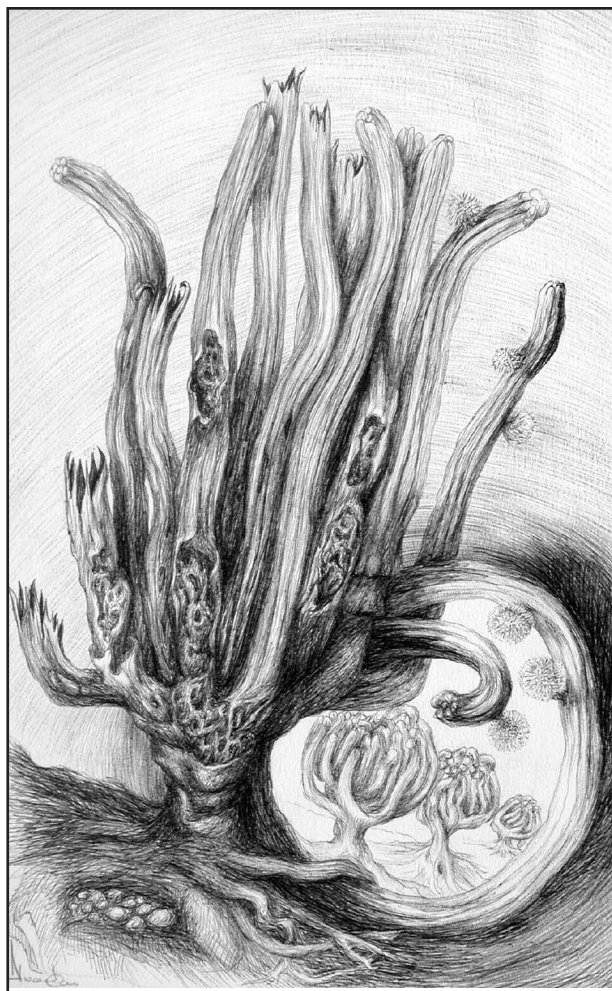
Las razones para explicar la gran aceptación de este género en Monterrey van desde su gran variedad musical y temática, el hecho de ser una músicaailable, la facilidad para interpretarla, y el que algunos de sus instrumentos, como el acordeón, se encuentran fuertemente arraigados mientras los otros pueden ser fabricados artesanalmente a un bajo costo; se menciona también la fuerza simbólica de sus letras, pues cuentan historias campiranas que remiten a un pasado rural, y son de una simpleza romántica muy apreciada por los *colombias* de Monterrey.

Por otro lado, el vallenato tiene una fuerte similitud estructural con el corrido mexicano, dada la preeminencia de la oralidad y la función de contar historias, historias que permiten construir subjetividades que dan una carta de navegación a los actores para entenderse, reconocerse y actuar. Esta correlación corrido-vallenato es importante para entender el por qué de la elección de la *colombia* en el norte del país. En este punto se debe recordar también que el vallenato en Colombia se cultiva en distintas vertientes: algunas más populares y otras de mayor aceptación entre las clases medias y altas (como en el caso de Carlos Vives); el tipo de vallenato que llega y se arraiga en Monterrey es el popular, con gran apego al estilo tradicional, poco estilizado, y con temáticas campiranas más cercanas a las vivencias de los jóvenes regios, y por ello fácilmente traducibles a sus propios parámetros culturales.

La entrada al mercado y el contacto transnacional

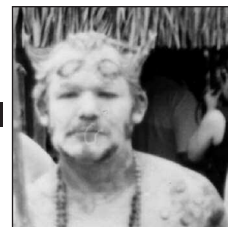
Después de treinta años, el circuito de la música comercial en Monterrey tuvo que reconocer el gran mercado que estaba perdiendo al no aceptar el fenómeno de la *colombia*, y por eso en nuestros días es posible encontrar discos nacionales e importados de cumbia y vallenato en cualquier tienda de música, aun cuando tales grabaciones son más costosas que las de cualquier otro género.

Por su lado, los medios de comunicación locales también despreciaron el fenómeno regio-*colombiano* al ignorarlo sistemáticamente; aun cuando esta música



disponía de gran audiencia, sus seguidores y protagonistas se mantuvieron invisibles para los medios, como si con ignorarlos bastara para desaparecerlos —al menos mediáticamente—, dejándolos sin voz ni instrumentos de difusión. La única excepción a tal estrategia mediática la encontramos en la caricaturización y la mofa para erosionar el poder simbólico de la *colombia* como elección de una identidad tan válida como contestataria. Tras reconocer el grave descuido mediático que afectaba a este género —lo cual limitaba enormemente su consumo como mercancía cultural—, se inicia una nueva etapa en la que se ofrecen abundantes productos de consumo a un sector despreciado durante años.

A consecuencia de lo anterior, en la última década se han creado tres estaciones de radio para difundir este género de música popular, además de que empezó a programarse por segmentos en otras emisoras. Así, en 1996 aparece en Monterrey la XEH, primera estación de radio comercial con programación netamente colombiana; al



comprobarse el gran éxito económico de la emisora, en 1999 otras dos estaciones se añaden al proceso de difusión y venta: Radio 13 y La Guacharaca (actualmente Bombazo Vallenato). Gracias a este creciente proceso de impacto mediático, la música regio-colombiana logró extenderse a Saltillo, Nuevo Laredo, Monclova, León y San Luis Potosí, entre otras regiones del norte de México —aun cuando en estas ciudades se vive una situación parecida y se escuchan los mismos grupos que en Monterrey quince años atrás.

De la mano de este proceso encontramos una amplia comercialización de diversos productos relacionados con la música: discos, videos, camisetas, revistas, sombreros de vueltas, instrumentos, todo ello a la venta en el mercado formal e informal. Ahora también es posible traer grupos de Colombia para realizar conciertos destinados a grupos sociales de gran poder adquisitivo, quienes finalmente pueden asistir a tales eventos sin sufrir incomodidades y sin necesidad de mezclarse con los otros grupos sociales.

Con todo, en Monterrey actualmente existe un enconado debate entre dos polos: por un lado los defensores de la *colombia* como producto transformado, amalgamado y adaptado a la realidad sociocultural de la región, y que se consume principalmente entre los grupos juveniles de clase baja; por otro lado está un grupo de élite que promueve el ascenso de esta música entre la clase media y alta, para que sea escuchada por todo Monterrey. Esta nueva labor de difusión y venta es realizada por empresarios, programadores y conductores de radio, trabajadores del sector socio-cultural, e incluso colombianos radicados en la ciudad; los miembros de dicho grupo de promotores disponen de un amplio conocimiento del género adquirido vía Internet, libros, videos, discos, pero sobre todo mediante su asistencia al Festival de la Leyenda Vallenata en Valledupar.

A partir de esta experiencia fue posible realizar dos ediciones del Festival Vallenato en Monterrey, además de tener el apoyo de los organizadores del festival de Valledupar, por lo que en varias oportunidades los reyes vallenatos colombianos han realizado presentaciones y conciertos en la capital neoleonesa. Y debido a tal acercamiento se permitió también que dos grupos

regiomontanos pudieran concursar en sendas ediciones del Festival de Valledupar —en la categoría de mejor acordeonista, pues anteriormente ya se había concursado en el rubro de canción inédita. De igual manera, se logró acordar con las autoridades del festival colombiano la participación de grupos regios en ediciones venideras, así como realizar más festivales y conciertos de grupos de Colombia en Monterrey.

Fue así, por increíble que pudiera resultar, que en sólo cinco años, de 2000 a 2005 la música *colombia* logró expandirse hacia todos los grupos sociales de Nuevo León, por lo que ahora puede escucharse en los bares y antros más exclusivos de la ciudad, lo cual era difícil de imaginar hace unos pocos años. El estigma que marcaba a esta música lentamente desaparece, de la misma forma que desapareció de Colombia en la década de 1990.

La música de Colombia como fenómeno transcultural

Como otros productos culturales, la música experimenta en nuestros días vertiginosos desplazamientos entre los ámbitos local y transnacional impulsados por la modernidad y la globalización. Ya sea como parte de los estudios de etnomusicología, de los trabajos sobre las músicas del mundo (*world music*), o de música pop, actualmente se habla de expresiones musicales que por lo general implican una asimetría entre su origen y el lugar al que se desplazan. Así, la música del Caribe colombiano muestra una transnacionalización desde su raíz popular, sólo intercambiada entre grupos sociales de clase baja. Se diferencia de la *world music* o la etnomusicología en tanto que la cumbia y el vallenato se generan en contextos *tribales* o *étnicos* del Sur, o sea de la *otredad*. Este material, recolectado como objeto de museo, debe ser curado antes de ser exhibido, pero en el mismo proceso de curaduría para poder ser exhibido, además de transformado, mimetizado y pasteurizado para su consumo cultural en el Norte, y en ese sentido representa un ejercicio simbólico de *etnología de rescate*. Ejemplos de lo anterior pueden encontrarse en la música tribal o étnica, distribuida en todo el mundo a través de la categoría —aglutinadora de una inmensa diversidad, hoy en día eminentemente comercial— de *world*

music.⁴ Tales características las encontramos igualmente en géneros como el reggae, el ska, la salsa, el son, el tango, etc. Además, tanto cumbia colombiana como el vallenato se diferencian de la música pop —otro fenómeno ampliamente estudiado por los académicos— por el hecho de que el pop es un género musical creado y desarrollado por las sociedades del Norte, y desde ahí, apoyado por la industria musical, se distribuye hacia las periferias. Otros ejemplos del mismo fenómeno los encontraríamos en el rock, el punk, el rap y el hip-hop, etcétera.

Es en este sentido que la música del Caribe colombiano puede verse como un fenómeno de intercambio cultural y simbólico de tipo Sur-Sur. Es decir, permite apreciar cómo una música del Sur llega a otro punto del Sur para establecerse —por lo menos en este caso— sin ayuda de la industria musical o de los medios de comunicación para su indispensable ejercicio de comercialización y consumo. Tras mantenerse durante años a través de circuitos subterráneos de difusión y venta, por medio de esos mismos circuitos logra expandirse hacia Estados Unidos, pero se mantiene como referencia cultural de los grupos migrantes provenientes del Sur. Por tanto, hasta fechas recientes esta música ha sido bailada y escuchada por las clases bajas latinoamericanas de manera consistente, fenómeno que también puede verse en Argentina con la llamada *cumbia villera*.⁵

La cumbia y el vallenato nos brindan un caso atípico respecto a la transnacionalización de productos culturales, y puede brindar valiosas aportaciones a los

estudios antropológicos sobre la globalización en la medida que ofrece elementos de contrapeso a la posición neo-colonialista de las teorías en que se basa la mayor parte de los estudios culturales. Otra dimensión interesante es que actualmente, este género se ve expuesto a un proceso de rearticulación que genera múltiples interlocuciones y tensiones entre la música producida por sus primeros cultores —la que pide, produce y moldea el mercado global— y la creada por los diversos grupos sociales que la adaptan a nuevas geografías gracias al mercado global y las migraciones. En este proceso de expansión del género se establece un diálogo y también se miden fuerzas que transforman parámetros aquí y allá en función de las tensiones y la aceptación de un público cada vez más amplio, lo cual genera pugnas, reapropiaciones y acuerdos.

Se trata, así, de un proceso de transferencia y desplazamiento de lo local a lo transnacional que debe pasar por referencias regionales y nacionales, y una vez superadas las tensiones tiene lugar una nueva rearticulación que vuelve al ejercicio identitario en el ámbito local. En la música del Caribe colombiano —como en el caso de diversas músicas transnacionales— es posible imaginar ese desplazamiento como un periplo donde el *constructo* cultural parte de su geografía inicial para expandirse gradualmente hasta traspasar las fronteras y establecerse de manera ubicua en diversos países; mas no cubre la totalidad del territorio trasfronterizo, sino localidades pequeñas semejantes a las de su inicial punto de partida, donde experimenta un proceso de resignificación. Parafraseando a Ramón Pelinski cuando se refiere al tango nómada, podría decirse que al salir de Colombia y migrar hacia nuevas ciudades el vallenato y la cumbia se convirtieron en procesos interculturales. En este transcurso de expansión ambos géneros seleccionan rasgos estilísticos y son transformados mediante la interacción con las estéticas musicales vigentes en esa nueva localidad, a fin de resultar significativos para éstas. En consecuencia, el vallenato y la cumbia no sólo provocan mutaciones en la cultura receptora cuando ambos géneros son resignificados, también simbolizan este proceso de transformación sociocultural mediante la creación de una amalgama musical mestiza, sincrética y con capacidad identificatoria.

⁴ Para profundizar sobre este tema véase Steven Feld, *A Sweet Lullaby for World Music*, Deep in the Jungle, 2001.

⁵ La *cumbia villera* proviene de las villas miseria ubicadas en la periferia de Buenos Aires, y se debe remarcar la similitud que tiene con la *colombia*. Dicha música llegó y se estableció hace muchos años en zonas marginadas de las ciudades argentinas, y en tiempos recientes los pobladores de esas villas establecieron un nuevo tipo de oposición al sistema neoliberal y a las condiciones de pobreza a través de la *cumbia villera*. Al mismo tiempo, esta versión sincrética de la cumbia representa el elemento identitario básico para estos grupos sociales. En sus letras encontramos apologías a los *pibes chorros*, adolescentes que roban en los barrios ricos y llevan sus ganancias a las villas miseria; en sus letras también hay referencias continuas a las drogas, el sexo y la violencia; fue a partir de tal contexto que la *cumbia villera* se convirtió en una poderosa herramienta de protesta social y política.



“Danza de mecos”, con participantes tenek de Chontla, Veracruz, en la Cumbre Tajín, 2006. Foto: Ulises Fierro Alonso.

Conclusiones

La música del Caribe colombiano muestra dos procesos de transnacionalización contrapuestos: por un lado se tiene la tradicional música costeña transformada por la industria musical en una mercancía fácil de vender. Esta música es comercializada en Estados Unidos para luego ser distribuida en diversos países de Latinoamérica, principalmente entre grupos sociales de clase media y alta —sólo a manera de contraste, recordemos que a Monterrey llega una música de vertiente más popular. Esta versión limpia de la cumbia y el vallenato es la que pudo romper las fronteras sociales y geográficas en Colombia, la que se difunde en todo el mundo. Mas para lograrlo debió perder buena parte de sus elementos más distintivos y originales, comprometiéndolo su esencia local. En consecuencia, lo local y lo

global mantienen una continua interacción: el primero brinda sangre y vida al segundo, en tanto éste ofrece difusión a espacios y geografías sin restricciones ni fronteras, aunque para ello la cultura o tradición local debe perder parte de su esencia.

En el lado opuesto encontramos una música de origen local, creada por campesinos y con cierta ascendencia cultural africana, que nos habla de la naturaleza y el trabajo rural. Una música confinada y estigmatizada en su lugar de origen, otorgándole identidad únicamente a sus cultores de la costa caribeña de Colombia. A pesar de todo, logra difundirse a través de las grabaciones y la radio por toda Latinoamérica y se establece en zonas marginadas de las grandes ciudades, donde es adoptada como propia al extremo de crear una nueva música de fusión. Es decir, se trata de una música local que si bien no puede superar las fronteras internas de su nación, es capaz de dar identidad a grupos sociales tanto en Buenos Aires como en Monterrey, y con ello también otorga un modelo de subjetividad a dichos grupos marginales —en general migrantes internos, que son sujetos de estigma— quienes encuentran en la *colombiana* una poderosa herramienta de protesta social. En el caso de los *colombianos* de Monterrey, es importante destacar que ellos lucharon por mantener su elección musical sin el apoyo de la llamada industria cultural y en contra de la sociedad local que los estigmatizaba; fueron capaces de construir sus propios canales subterráneos para crear, difundir y mantener durante muchos años un tipo de música que devino fenómeno sociocultural.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, Benedict, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, FCE, 1993.
- Araujo, Samuel, “Brazilian identities and musical performances”, en *Diogenes*, vol. 48, núm. 191, otoño de 2000, pp. 115-127.
- Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones*, Bogotá, Andrés Bello, 1998.
- , *Transnacionalización tecnológica y resistencia cultural*, México, UAM, 1985.
- Bejarano González, Bernardo, “Para los colombianos, los eventos culturales más importantes son de la Costa Caribe”, en *El Tiempo*, sección Cultura, Bogotá, 11 de julio 2002.
- Ben-Amos, Dan y Kenneth Goldstein (eds.), *Folklor; performance*



- and communications, La Haya, Mouton, 1975.
- Berger, Peter y Thomas Luckman, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1968.
- Burnett, Robert, *The global jukebox. The international music industry*, Londres/Nueva York, Routledge, 1996.
- Cruz, Gregorio, "Informales y semiprofesionales", en Jorge Olvera, et al., "La Colombia de Monterrey", Monterrey, inédito, 2000.
- "El imperialismo cultural costeño", en *El Tiempo*, sección Editorial, Bogotá 17 de julio de 2002.
- Feld, Steven, *A Sweet Lullaby for World Music*, Deep in the Jungle, 2001.
- Finnegan, Ruth, "Por qué estudiar la música, reflexiones de una antropóloga desde el campo", en *Antropología, revista de pensamiento y estudios etnográficos*, núm. 15-16, marzo-octubre de 1998, pp. 9-32.
- Friedemann, Nina, "Presencia africana en Colombia", en Luz María Martínez (coord.), *Presencia africana en Sudamérica*, México, Conaculta, 1995.
- Geertz, Clifford, *Conocimiento local*, Barcelona, Paidós, 1994.
- Gilard, Jacques, "¿Crescencio o don Toba?", en *Huellas*, núm. 37, abril de 1993, pp. 28-34.
- Gleizer, Marcela, *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*, México, Flacso, 1997.
- Grimson, Alejandro, "Interculturalidad y comunicación", en *Enciclopedia latinoamericana de sociología y comunicación*, Buenos Aires, Norma, 2000.
- Guerrero, Antonio, "De los gruperos a los cholombianos", en *Jóvenes, Revista de estudios sobre juventud*, cuarta época, año 3, núm. 9, julio-diciembre de 1999, pp. 84-94.
- Habermas, Jürgen, *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols., Madrid, Taurus, 1987 [1981].
- , *El discurso filosófico de la modernidad*, Madrid, Taurus, 1989 [1985].
- Hall, Stuart, "The question of cultural identity", en Stuart Hall et al. (eds.), *Modernity. An introduction to modern societies*, Cambridge, Polity Press, 1995.
- Heidegger, Martín, *Identidad y diferencia*, Barcelona, Anthropos, 1988.
- López Michelsen, Alfonso, "Rescate de nuestra imagen", en *El Tiempo*, Lecturas Dominicales, Bogotá, 24 de octubre de 1999, p. 2.
- López, Luis Manuel, Entrevista personal, Monterrey, 2002.
- Luhmann, Niklas, *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, México, Alianza, 1991 [1984].
- , *La realidad de los medios de masas*, Barcelona, Antrhopos/Universidad Iberoamericana, 2000 [1996].
- Maalouf, Amin, "Mi identidad, mis pertenencias", en *Identidades Aesinas*, Madrid, Alianza Editorial, 1997.
- Maffesoli, Michel, *Seminario Modernidad, Racionalismo y Vida Cotidiana*, México, Colmex-CES, 1995.
- McClary, Susan, "Música y cultura de jóvenes, la misma historia de siempre", en *A Contratiempo*, Bogotá, Ministerio de Cultura, nueva época, núm. 9, 1997, pp. 12-21.
- Miñana, Carlos, "Los caminos del bambuco en el siglo XIX", en *A Contratiempo*, Bogotá, Ministerio de Cultura, nueva época, núm. 9, 1997, pp. 7-11.
- Monsiváis, Carlos, "Vallenato y cumbia se nacionalizan mexicanos", en *La Jornada*, México, *La Jornada de Enmedio*, 26 de abril de 2001, p. 2A.
- Ochoa, Ana María, "El desplazamiento de los espacios de la autenticidad: una mirada desde la música", en *Antropología, revista de pensamiento y estudios etnográficos*, núm. 15-16, marzo-octubre de 1998, pp. 171-182.
- Olvera, José Juan, "Continuidad y cambio en la música colombiana en Monterrey", ponencia presentada en el IV Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, México, 2002.
- Pelinski, Ramón, "El tango nómada", en Ramón Pelinski (comp.), *El tango nómada. Ensayos sobre la diáspora del tango*, Buenos Aires, Corregidor, 2000.
- Pérez, Alejandro (ed.), *Historia de la música popular mexicana. Los tropicales años 40*, México, Promexa, 1995.
- Quiroz Otero, Ciro, *Vallenato hombre y canto*, Bogotá, Ícaro, 1983.
- Restrepo, Duque, *Las 100 mejores canciones colombianas y sus autores*, II Encuentro con la música colombiana, Bogotá, RCN, Sonolux, 1991.
- Ribeiro, Gustavo, *Globalización y transnacionalización: Perspectivas antropológicas y latinoamericanas*, Brasilia, Universidad de Brasilia, 1996.
- Rodríguez, Romeo, Entrevista personal, Monterrey, 2002.
- Schütz, Alfred, *El problema de la realidad social*, Buenos Aires, Amorrortu, 1974.
- , *Estudios sobre teoría social*, Buenos Aires, Amorrortu, 1974.
- Schütz, Alfred y Thomas Luckmann, *Las estructuras del mundo de vida*, Buenos Aires, Amorrortu, 1977.
- Simmel, George, *Sociología. Estudios sobre formas de socialización*, Buenos Aires, Espasa, 1939.
- Stanford, Thomas, "La música, puntos de vista de un etnomusicólogo", México, FCE (en prensa).
- Sturman, Janet, "Technology and identity in colombian popular music. Techno-macondismo in Carlos Vives's approach to vallenato", en René T.A. Lysloff, Leslie C. Gay y J.R. Wesleyan (eds.) *Music and technoculture*, Middletown, University Press, 2003.
- Thompson, John, *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass communication*, Cambridge, Polity Press, 1990.
- Vila, Pablo, "Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos, las letras y las actuaciones musicales", en Mabel Piccini, Ana Rosas, Graciela Schmilchuk (coords.), *Recepción artística y consumo cultural*, México, Conaculta/Casa Juan Pablos, 2000.
- Wade, Peter "Entre la homogeneidad y la diversidad: la identidad nacional y la música costeña en Colombia", en Ma. Victoria Uribe y Eduardo Restrepo (eds.), *Antropología en la modernidad: identidades, etnicidades y movimientos sociales en Colombia*, Bogotá, Instituto Colombiano de Antropología, 1997.
- Yudice, George, "La industria de la música en la integración de América Latina-Estados Unidos", en Néstor García Canclini (coord.) *Las industrias culturales en la integración Latinoamericana*, México, Grijalbo, 1999.