**LUIS ANTONIO VIDAL PÉREZ**

**UM21416HCO29585**

**LATIN AMERICAN CULTURAL STUDIES**

**Author:**

Luis Antonio Vidal Pérez

**luisantoniovidalp@gmail.com**

Facebook/luisantoniovidal

**APRIL DE 2013**

**LIMA, PERÚ**

**ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY**

**ÍNDICE**

Los Estudios Culturales 02

Kpop: Música de Masas 03

Hegemonía y Resistencia 05

La Hegemonía como Resistencia 08

La Música Pop como Resistencia 09

Identidad Musical e Identidad Cultural 10

Resistencia en la Hegemonía Pop 12

Conclusiones 14

Recomendaciones 16

Bibliografía 17

**KPOP: THE HALLYU WAVE IN PERU – CULTURAL STUDIES, RESISTANCE**

**AND MUSICAL IDENTITY**

La historia de la música está plagada de momentos icónicos como aquella ocasión en que The Beatles sorprendió a Londres tocando en la azotea de Apples Records o el primer *moonwalk* de Michael Jackson mientras interpretaba “Billie Jean” en el aniversario de Motown, entre otros. Sin embargo, pocos des esos momentos han sido tan trascendentes para la sociedad como el festival de Woodstock de 1969.

Con una asistencia de casi medio millón de personas, aquellos 3 días de rock y amor libre dejaron su huella no sólo en la opinión pública y en los jóvenes de aquella generación, sino también en los teóricos de las ciencias sociales.

La periodista musical Marisol García piensa en Woodstock como “un hito musical pero también social y esos son los que finalmente pasan al registro cultural de lo generacional, aunque su real valor musical pueda no ser lo más significativo.” Efectivamente, el legendario festival resultó en un punto de quiebre para a los teóricos de la época y permitió que se realizaran investigaciones sobre la cultura juvenil, la música y su impacto social.

De la misma forma en que Woodstock y el Rock’n’Roll marcaron a toda una generación, existe hoy en día un género musical que va cobrando fuerza y como si se tratara de un tsunami, inunda a Asia y el mundo con sus ritmos pegajosos y su estética vanguardista; un género cuya popularidad ha superado incluso las barreras del idioma y que apoyado en la tecnología y sus fieles seguidores, está a punto de convertirse en el soundtrack de esta generación globalizada: El Kpop.

La música pop coreana reúne en un mismo contenedor una bien balanceada mezcla de hip hop, R&B, electrónica y dance; así como la esencia de la cultura e el imaginario coreano envuelto en un paquete de sonidos y colores atractivo a cualquier oído. Un producto comercial, sin demasiadas aspiraciones artísticas que sin embargo tuvo un origen legítimo como música popular. Lo cierto es que su impacto tanto en el mercado como en la sociedad ha sido considerable, al punto de trascender las barreras geográficas y del idioma para lograr gran éxito en lugares tan remotos como América Latina.

En ese sentido, puede que, como explicó García, el valor musical no sea lo más significativo que tenga que ofrecer el Kpop pero bien podría resultar en material investigativo para los estudios culturales.

Sin embargo surgen algunas cuestiones: ¿La relevancia que está logrando el género lo coloca a la misma altura de fenómenos socio-culturales como lo que significó Woodstock o tantos otros? ¿Es el Kpop parte de la cultura popular o es un producto de la cultura de masas? Veamos.

**LOS ESTUDIOS CULTURALES**

Mientras Woodstock se llevaba a cabo en una granja de Nueva York, en Birmingham (Reino Unido) se desarrollaba una corriente que redefiniría la forma de entender la cultura: Los Estudios Culturales. ¿Pero que son exactamente y cuál es su propósito? Se puede decir que su principal objetivo es el de “definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado” (Wolf, citado por Quirós, 2003).

Para *Graeme Turner* los estudios culturales pueden definirse como un campo interdisciplinario donde se reúnen diversos métodos e intereses, permitiéndonos entender fenómenos y relaciones que no podríamos con las disciplinas existentes. Sobre la definición de esta corriente, Grossberg, Nelson y Treicher, precisan que:

“Están constituidos por metodologías declaradamente interpretativas y valorativas (…) rechazan la coincidencia de la cultura con la alta cultura, sosteniendo que todas las formas de producción cultural necesitan un estudio que avance en relación con otras actividades culturales y con estructuras históricas y sociales. De este modo, los Estudios Culturales se han comprometido con el estudio del inventario completo de las artes, creencias e instituciones de la sociedad, al igual que de sus actividades.” (1992)

Desde la perspectiva de los Estudios Culturales, la cultura no es estática sino de constante evolución y todos los elementos de la cultura popular deben ser analizados. Así mismo, considerando todos y cada uno de los niveles de las representaciones culturales, desde la producción misma, pasando por la mediación, la distribución y la recepción de los productos culturales.

Para los estudios culturales no existen valores absolutos ni son regidos por alguna disciplina en particular, sino por la mezcla de todas las que intervienen y por lo tanto, por ninguna. Se distingue de las demás corrientes científicas por su carácter trandisciplinario, reuniendo las diferentes especialidades de las humanidades como la antropología, la sociología, la psicología, las ciencias de la comunicación, ciencias políticas, abogacía, economía, entre otras; y logrando un espacio nuevo donde se generan nuevos saberes y nuevas perspectivas científicas.

Sus principios están muy ligados a la idea primordial del pensamiento complejo donde se entiende todo objeto de estudio como una red que conforma un sistema donde no puede estudiarse algún elemento constitutivo sin revisar aquellos con los está relacionado. La producción de significado y simbolismos dentro de determinado contexto social se da a todo nivel y para lograr entender el fenómeno en su totalidad es necesario considerar todos aquellos factores que participan en la creación de dicho significado. Para los teóricos de los estudios culturales, el centro de sus investigaciones radica en entender las prácticas culturales teniendo como base las relaciones sociales.

Con todo ello, los estudios culturales pusieron en el ojo de la tormenta a la cultura y le dieron la debida importancia como factor relevante en los procesos sociales. Sin embargo, dentro esa misma cultura existen hasta el momento diferente niveles que complejizan su estudio: la alta cultura o cultura moderna, establecida por una clase hegemónica; la cultura de masas, dictada por la industria cultural y los medios de comunicación masivos; y la cultura popular, comúnmente llamada folklore, referidas a los patrones culturales y la creación artística del pueblo de clase baja.

Con la aparición de los medios de comunicación masivos, algunos teóricos identificaron la cultura popular con la cultura de masas, debido a que los medios masivos masificaban productos culturales surgidos de lo popular y en ese proceso de producción, difusión y recepción su significado inicial se ve alterado bajo la lógica del mercantilismo. En ese sentido, “lo popular es emparentado con masividad o multitudes. Lo masivo no como opuesto a la cultura popular, ni como ‘fagocitador’ de ésta, sino como el lugar desde donde se interpela a lo popular”. (Lobeto, 2009)

Para el ilustrador Pepo Pérez, el problema de esta dualidad popular/masivo radica en la falsa creencia que “la gran industria cultural, y por tanto sus productos de consumo, son algo supuestamente ‘popular’, frente a otras manifestaciones creativas producidas espontáneamente al margen de dicha industria, que serían vistas como supuestamente ‘elitistas’ o, peor aún, como los ‘auténticos’ productos de consumo concebidos bajo estrategias de ‘posicionamiento comercial’” (2010)

El principal riesgo del pensar en lo masivo como lo popular es que, con el tiempo, lo popular sea desplazado y dejado en el olvido dando paso a la legitimación de un producto carente de sentido y que poco o nada rescata de la idea original.

**KPOP: MÚSICA DE MASAS**

Cuando se habla de música pop se azume casi de inmediato que se está tratando con un producto netamente comercial, carente de alma y cuyo único propósito es “gustar” (y si es posible “embelesar”) para llegar a una audiencia cada vez mayor y obtener más ganancias. De hecho, si recogemos la opinión de cualquier detractor del género lo primero que hará será señalar su naturaleza plástica. Y, fanático o no, debemos aceptarlo.

En la actualidad, el Kpop es precisamente un producto elaborado con objetivos mercantilistas, donde interviene un equipo de marketing que sabe o intenta saber qué es lo que quiere el público y en base a ello desarrolla un concepto, para luego reclutar generalmente adolescentes para ser entrenados durante años bajo un estricto régimen antes de hacer su debut oficialmente.

Precisamente, esta fue la fórmula que empleó Lee Soo Man, fundador de SM Entertainment, una de las productoras musicales más importantes de Corea del Sur. Gracias a un exhaustivo estudio de mercado, presentó en 1996 la primera boyband de Kpop, H.O.T., que se convirtió en un éxito inmediato y un referente del género, y su industrialización definiría el futuro del mismo.

A pesar de ello, el Kpop tuvo su origen como una forma simbólica salida de la cultura popular. En 1992 hizo su debut el grupo Seo Taiji & Boys, con su sencillo *Nan Arayo (Yo sé)*, cuya mezcla de hip hop y techno irrumpió en las listas y cambió la forma de ver y entender la música popular coreana.

Con una novedosa propuesta, Seo Taiji logró adaptar la música popular de occidente a la cosmovisión coreana. Reemplazando la temática de las letras típicas del rap, que suelen ser más agresivas y sexualmente explícitas y que difieren de la actitud conservadora del público coreano, y mezclándolas con el sonido pesado del metal, Taiji logró crear clásicos instantáneos como *Classroom Ideology*, canción publicada en 1994 que criticaba el sistema educativo coreano.

El logro de Taiji consistía en apropiarse de un producto de la cultura popular norteamericana que poco tenía que ver con Corea y utilizarlo como un vehículo para expresarse y mostrar lo que ocurría en su comunidad, dándole un nuevo sentido. De esa forma, una manifestación de la cultura popular norteamericana sirvió de materia prima para la gestación de otra manifestación cultural: El Kpop es parte de la cultura popular… pero no por mucho tiempo.

Con la aparición de las primeras boybands y la industrialización del pop coreano, el género perdió su condición de música popular para convertirse en música de masas. Nuevamente, lo popular, que nace de la creatividad y la expresión de la clase subalterna es llevado a los medios de comunicación masivos para su difusión, y en el camino se genera una industria alrededor que, en su intento por reproducir el producto popular y adaptarlo al mercado, lo vacía de significado, lo frivoliza y termina convirtiéndolo en producto de masas, en lo que es ahora el Kpop.

Podríamos decir que, al menos en lo concerniente a la música pop coreana o a la música pop en general, pareciera que la cultura de masas terminó por consumir a la popular. La música, al ser una forma de expresión, es un claro representante del momento cultural que atraviesa la sociedad.

Pero este problema no es reciente, tiene ya más de 100 años y los teóricos de la Escuela de Frankfurt. La cultura de masas no sólo absorbió a la cultura popular, sino también a la alta cultura.

Desde la aparición de la imprenta, las obras de arte dejaron de ser exclusivas de la clase alta, para ser consumidas por el público en general. Para algunos autores esto devino en la vulgarización y frivolización del arte y la creación de la cultura de masas; para otros, como el filósofo Gilles Lipovetsky, la cultura de masas tuvo y tiene un impacto positivo en la sociedad que él define como “el efecto democratizador de una cultura que llega a todo el mundo, una cultura que a diferencia de la cultura tradicional no hace distingos, no está monopolizada por una élite, por cenáculos de clérigos o de intelectuales, sino de alguna manera permea al conjunto de la sociedad”. (2012)

Sobre el tema, el nobel de literatura, Mario Vargas Llosa, se pronuncia con preocupación e invita a “reflexionar sobre si esa importancia esencial y hegemónica que han tomado el entretenimiento y la diversión en nuestro tiempo puede convertirse también en la columna vertebral de la vida cultural”. (2012)

Lo cierto es que la delgada línea sobre lo que representa un nivel de la cultura se está desdibujando. De lo que podemos estar seguros es que en la actualidad, la hegemonía cultural la ejerce la denominada cultura de masas, y que, como explicamos, obedece a intereses mercantilistas. Pero ¿qué es hegemonía y cómo se combate?

**HEGEMONÍA Y RESISTENCIA**

Desde antes, incluso, de la aparición de los estudios culturales ya se manejaba el concepto de hegemonía para denominar al “poder adicional del que goza el grupo dominante para hacer coincidir sus intereses con el interés general”. (Gramsci citado por Iglesias, 2012) De ahí se desprende el concepto de *hegemonía cultural*, en el que una sociedad culturalmente diversa es dominada por una de las clases sociales, que impone su cosmovisión a la clase subalterna y esto incluye: valores, ideas, precepciones, creencias, etc. Es decir, la cultura es dictada por una clase dominante y asumida por los demás como normal, como lo que debe ser.

La hegemonía difiere de conceptos similares como la dominación, donde se ejerce poder por la fuerza (coerción), mientras que aquella es más sutil. Por ejemplo, el poder que tiene Estados Unidos (o tenía) sobre América Latina gracias a su potencial político, económico y militar; es una forma de hegemonía, a pesar de no haber realizado intervenciones directas y públicas (como sí hizo en Medio Oriente). La de las grandes cadenas de noticias como CNN o Fox a nivel mundial, que manejan la agenda noticiosa y redistribuyen la información, también puede considerarse como hegemonía o como parte de la maquinaria hegemónica.

Sin embargo, las ventajas económicas o políticas de la clase dominante resultan insuficientes para lograr establecer una hegemonía: “para poder ejercer liderazgo político o hegemonía, uno no debe contar solamente con el poder y la fuerza material del gobierno.” (Gramsci citado por Ruccio) Es necesario que exista un nivel de aceptación, hasta cierto punto voluntaria, de parte de los dominados. Para ello, es fundamental que los que ejercen la dominación manejen las formas culturales que servirán de mediación entre ellos y aquellos que son dominados. En realidad la hegemonía no es sino “una condición de dominación en la cual el momento de persuasión se sobrepone al de coerción” (Guha, 1997).

Siendo así, la hegemonía no puede lograrse mediante la coerción, si el que la ejerce o pretende ejercerla no “habla” el mismo idioma del subalterno. “Gramsci sugiere que la hegemonía implica que los valores y visión del mundo de las clases dominantes se convierten en una especie de ‘sentido común’ compartido por los grupos dominados, en virtud del cual terminan aceptando – aunque no necesariamente justificado – el ejercicio del poder por parte de grupos dominantes”. (Szurmuk, McKee, et al.)

El poder dominante, que puede entenderse de distintas formas y a distintos niveles, termina por establecer lo que muchas veces es considerado como el modelo a seguir, la forma correcta, basándose en sus propios intereses y necesidades, re-direccionando la atención de la clase subalterna, sus preferencias, ideas y formas, todo se adapta a los objetivos de la clase dominante. Sin embargo, esa dominación no es ni total ni permanente.

El concepto de hegemonía planteado por Gramsci contiene elementos que debemos resaltar para entender mejor: La hegemonía es producto de un proceso dinámico en el que se conjugan diversas fuerzas (dominación y resistencia), es cambiante y relativa, pues la balanza se inclina hacia uno y otro lado; se considera de suma importancia evaluar el papel de los grupos subalternos dentro del proceso histórico pues conocer las formas de ejecución del poder por parte del grupo dominante no es suficiente; y, esta concepción plantea una articulación entre la dinámica del intercambio cultural e ideológico y las diversas formas del poder (política, económica y jurídica).

Para el teórico James C. Scott los subalternos poseen la capacidad de desmitificar la ideología dominante y por lo tanto contrarrestarla, hasta cierto punto, pues siempre se encuentran cuestionando o difiriendo con las ideas del *establishment*. Por tanto, Scott asume que la clase dominada no acepta en su totalidad las ideas impuestas sin antes ejercer algún tipo de resistencia, no necesariamente abierta o violentamente.

Existen entonces formas cotidianas que Scott denomina como discursos ocultos, con las que la clase subalterna ejercer resistencia. Esa es una de las tareas que definió el desarrollo de los estudios culturales durante su auge en los 80’s y 90’s, y que marcaron los trabajos de teóricos latinoamericanos como Jesús Martín Barbero y sus estudios sobre las mediaciones; y el de Néstor García Canclini y su planteamiento de las culturas híbridas.

Precisamente, la tesis de García Canclini está referida a cómo, a través de la interacción entre la cultura popular y la cultura hegemónica, esta se apropia de los elementos que le permiten legitimarse como tal. Dichos elementos le servirían como puente comunicativo entre uno y otro lado. Esa legitimación no era del todo impuesta, sino producto de un proceso de aceptación voluntaria posterior a una negociación y al entender que para mantener la maquinaria funcionando esa forma dominante debe sostenerse.

“Lo que García Canclini se propuso fue analizar las formas en que la cultura dominante (identificada por él con las prácticas consideradas ‘cultas’ y ‘modernas’) y la cultura popular (generalmente identificada con lo ‘tradicional’) se intersectan, y la medida en la cual tanto la represión como la apropiación de la segunda por parte de la primera se convierten en elementos centrales en el proceso de dominación hegemónica.” (Szurmuk, McKee, et al.)

Los cruces e interacciones que existen, según García Canclini, entre lo popular y lo moderno, desmitifican la polarización que existía entre los grupos hegemónicos y los subalternos. No son totalmente opuestos pues ambos se retroalimentan constantemente y existe una relación de reciprocidad que echa por tierra la idea de dos bandos diferentes y en perpetua oposición.

Ante esto, García Canclini propone el concepto de culturas híbridas, nacidas de los procesos de mezcla de las culturas populares latinoamericanas con elementos de la modernidad proveniente del primer mundo; un producto de “las intersecciones entre la cultura de élite, la industria cultural y la cultura popular.” (Szurmuk, McKee, et al.) ¿El Kpop encajaría en esa categoría?

Para el cónsul y agregado cultural de Corea del Sur en Perú, Hwang-roh Lee, a pesar que el Kpop ha sido enormemente influenciado por la música electrónica europea y el pop norteamericano, guarda en su esencia lo que denomina la médula de la cultura coreana: “En la cultura coreana existen 2 elementos que la conforman. El primero es ese sentimiento de empuje, de ánimo (…) mientras que el *Han* es un sentimiento triste, de frustración, de los pobres cuando ven las diferencias que existen con los ricos (…) ese es el origen de nuestra cultura, y desde hace muchos años eso ya estaba acumulado en nuestro corazón.” (2013)

En el Kpop se mezcla tradición y modernidad. “A los coreanos les gusta mucho cantar y bailar, y ese es el origen del Kpop”, me cuenta el cónsul. Esa necesidad de expresar sus emociones a través del canto se remonta a muchas décadas atrás y precisamente ahí radica el *Han* como materia prima emocional: “’Han’ en sentido nacional, colectivo según Kim Kyong-dong es el resultado de numerosas invasiones y ocupaciones de la península por fuerzas extranjeras. También es producto de largas privaciones, de una pobreza secular”. (Herrera, 2003) Esa misma materia prima se puede encontrar “en todos los aspectos de la cultura coreana“, explica el cónsul, y aún se mantiene algo de ello en el Kpop, camuflado bajo capas de sonidos de origen occidental: “Nuestra cultura está infiltrada dentro del Kpop”.

Oriente y occidente se encuentran en la música gracias a la globalización, a través de artistas como el mencionado Seo Taiji, y a la necesidad de expresión de jóvenes artistas que no encontraron en la música tradicional de su país el canal adecuado para hacerlo. Incluso con todos los cambios que se dan tanto en tecnología y comunicaciones como en tendencias y estilos, cada forma cultural siempre guarda algo de su esencia.

El Kpop contiene los elementos primordiales de la cultura popular coreana, aquello que la distingue de otras. Pero también ha sido influenciado por la cultura de élite, la que ha sido fijada como estándar de modernidad. Me refiero a la cultura globalizada.

La música pop coreana, en su diseño, está constituida por elementos universales que le permiten ser accesibles a cualquier tipo de público de cualquier parte del mundo. El uso de estilos musicales occidentalizados, la inclusión de palabras en inglés o la publicación de material en otros idiomas (generalmente inglés, japonés y mandarín), las estructuras melódicas de formas básicas y adecuadas a los formatos de las radios de América y Europa. Incluso en su propuesta audiovisual, el Kpop ofrece una puesta en escena estandarizada con historias muy sencillas referidas a situaciones comunes sobre las relaciones de pareja, la familia y los amigos. Todo ello hace del Kpop un género musical moderno, es decir, globalizado.

Sin embargo, el éxito del pop coreano se debe en su mayor parte a la influencia de la cultura industrializada, es decir, la cultura de masas. Como expliqué anteriormente, el Kpop de hoy en día es un producto netamente comercial, apoyado en estrategias de mercado, distribuido a gran escala y en una relación simbiótica con los medios masivos de comunicación. Para los artistas de Kpop es indispensable tener presencia en shows televisivos y radiales, así como interactuar con sus fanáticos a través de las redes sociales de internet, pues fue gracias a la red de redes que lograron cobertura mundial.

Aunque el Kpop tiene un modelo de negocio similar al de la música pop en el resto del mundo, su naturaleza mediática le permite ser omnipresente y haber crecido de la forma en que lo hizo en los últimos 10 años. Y es precisamente porque los ídolos del género no se limitan a la música, también se ve involucrados en telenovelas, series, películas, modelaje, se convierten en la imagen de las principales marcas que Corea tiene para exportar al mundo; todo ello les permite abarcar un público más amplio y universal.

Entonces, podemos asumir que el Kpop encaja en el modelo de las culturas híbridas de García Canclini, como producto resultante del encuentro entre lo popular y lo moderno. Ahora cabe preguntarnos, ¿Es el Kpop una forma hegemónica o de resistencia?

**LA HEGEMONÍA COMO RESISTENCIA**

Si consideramos que los grupos de poder, por lo general, están estrechamente vinculados a los dueños de los medios de comunicación, podemos inferir que los productos de la cultura de masas obedecen en cierta medida al modelo que desea implantar o mantener la clase dominante. Desde ese punto de vista, el Kpop pertenece a ese grupo hegemónico, a esa cultura “oficial” implantada por la industria cultural coreana y así funciona para es aparte del mundo.

¿Funcionará en el Perú también como una forma hegemónica? “A cualquier lado que miremos, sea la economía, el arte o la política, no encontramos bipolaridad ni unipolaridad sino una distribución compleja e inestable de focos en los que se ejerce el poder” (García Canclini, 2010). Lo que planteo es que no.

En el Perú, la cultura oficial, la de las masas, es completamente distinta a la que plantea la industria cultural coreana a través del Kpop. De hecho, para algunos seguidores de la música pop en este país, ambas culturas son, hasta cierto punto opuestas.

Siendo así, la música pop coreana dentro de la cultura hegemónica peruana puede ser considerada como una forma de resistencia. ¿Por qué? Para empezar, Kpop, hasta hace unos meses, n tenía cabida alguna en los medios masivos de comunicación en Perú. Los fanáticos del género, aunque numerosos, eran un pequeño porcentaje del público adolescente que prefería y aún prefiere los productos mediáticos nacionales. A pesar que el Kpop ha logrado llamar la atención de la opinión pública con el gran éxito logrado por las presentaciones de grupos como BigBang o JYJ y artistas como Kim Hyun Joong, casi siempre es tomado como un hecho aislado o anecdótico, sin mayor interés en lo que hay detrás de todo ello.

Con todo ello, el Kpop en Perú aún no ha logrado la presencia en los medios que tiene la música pop americana y tampoco ha alcanzado impactar en grandes multitudes como sí han logrado otros géneros como el reggaetón y la cumbia, géneros que forman parte ya de la cultura de masas.

Desde esa perspectiva es válido considerar que el Kpop, a pesar de ser un producto masivo (fue diseñado para tales fines) funciona, al menos en Perú, como una forma de resistencia, de una minoría nada despreciable que difiere en gustos y preferencias con las grandes masas. Curiosamente, esto podría resultar un tanto contradictorio, por tradición, la música que fungía de banda sonora de la resistencia era el rock, más aún el punk.

“La resistencia debe ser teorizada *estratégicamente*, como algo que puede ser eficaz en una instancia y no en otra”. (Best, 1999) Ciertamente, lo que en un momento era considerado como una forma de resistencia, en este caso, la música punk de los 70’s, ahora ya no cumple con esa función, pues ha cambiado en forma, pero más en fondo, se ha vuelto más *light*. Igualmente, la música pop puede revertir su situación de producto comercial y aprovechar su naturaleza masiva para servir de vehículo de ideas novedosas, disidentes y hasta revolucionarias.

En tiempos de globalización, las formas de resistencia son tan o más variadas que las de hegemonía. Entonces, si la cultura popular difiere de la cultura de masas y, en el Perú, Kpop representa a un grupo hasta cierto punto de la cultura de masas nacional, ¿podría dársele el rango de música popular?

**LA MÚSICA POP COMO RESISTENCIA**

Usualmente se consideran los términos “música popular” y “música pop” como iguales, y aunque tienen origines similares, sus significados difieren y para continuar con el estudio debemos una distinción entre ambos. Según el *New Grove Dictionary of Music and Musicians*, texto que se considera como referencia básica para todo musicólogo, la “música popular” es aquella música vinculada casi siempre a los gustos y preferencias de la clase media urbana, desde la industrialización del siglo XIX. Siendo así, podemos entender que la música popular incluye todo tipo de géneros musicales, que irían desde el metal al vaudeville, abarcando todo lo que se encuentre en el medio.

Por otro lado, el término “música pop” se emplea para describirá aquella música que apareció con la revolución del Rock ’n’ Roll a mediados de la década de los 50’s y desde entonces está en constante evolución, tomando elementos de otros géneros musicales, haciéndose difícil poder definirla. Sin embargo, la música pop es distinguible gracias a los parámetros que obedece como el hecho de ser escritas según el formato básico de verso-coro, la repetición de coros, la inclusión de tonos melódicos, etc.

Con el tiempo, la música pop se convirtió en el género que es consumido y adorado por las masas: “Desde mediados de los 50’s la música pop he sido identificada usualmente como la música o los estilos musicales que son accesibles a una audiencia amplia. Es decir, la música que vende más copias, logra las mayores audiencias en los conciertos y es más tocada en las radios” (Lamb, 2013)

Sin embargo y como se mencionó anteriormente, la música pop coreana, a pesar de su naturaleza comercial actual, mantienen una dimensión popular, como señala el cónsul Lee: “Nuestra cultura está infiltrada dentro del Kpop”. Desde ese punto de vista, es válido calificarla aún como música popular en este lado del mundo y quizá ya no en la misma Corea.

“Las músicas populares han sido pensadas más de una vez como espacios simbólicos de resistencia político cultural”. (Alabarces, 2008) Y siendo el Kpop un género musical subalterno en el Perú y difiriendo de la cultura de masas que mantiene su hegemonía, es válido considerarlo como una forma de resistencia para nosotros. Pero, si cambiamos de contexto y nos posicionamos en la realidad socio-geográfica coreana el Kpop no es más que el *soundtrack* de la hegemonía. Y es la ubicación y el contexto lo que determina si el pop, cualquiera sea su origen, hace las veces de resistencia o de hegemonía.

Si bien el origen de la música y su rol en la industria cultural es importante, es fundamental para profundizar en el estudio y entender mejor la cultura, reconocer la importancia de la música misma en la sociedad. “Todas las culturas, todas las sociedades se integran dentro de ese mismo canal movilizador de emociones que produce la música, apaciguando y acompañando las diferencias.” (Herrariz Portillo, 2012)

Esta capacidad de la música de integrar diversos tipos de públicos o de diferenciarlos está relacionada con la apreciación que se tiene de la misma y de cómo influye en el proceso de formación de la identidad. Sin embargo, en el Perú, a pesar de ser un producto fácil de escuchar y con potencial para impactar en un público muy heterogéneo, el Kpop parece estar reservado para un segmento de la población más que para otros: La clase media.

Partamos porque el Kpop ha logrado mayor popularidad en los adolescentes y jóvenes de clase media, pues su consumo requiere cierto poder adquisitivo que le permita tener acceso a internet para poder descargar música, ver los videoclips, estar pendiente de las noticias e interactuar con otros fanáticos, mucho más si perteneces a un fan club o administras una página de noticias. En Lima, la mayor parte de los usuarios de internet pertenece al rango comprendido entre los 11 y los 24 años. Se estima que el 74% de la clase alta / media de la capital cuenta con acceso a la red de redes, y ellos representan 2/3 del total de usuarios con acceso en toda la capital.

No sólo eso. El Kpop es una afición costosa. Para apoyar a sus artistas favoritos, los fans tratan de adquirir *merchandising* original, que debe ser importado desde el mismo Corea y su precio se cotiza en dólares. Las actividades organizadas por los fan clubs (proyecciones, reuniones, fiestas, etc.) suponen también una inversión. Y ni que decir de los conciertos de artistas coreanos en nuestro país: las entradas a los conciertos de Kpop son tan o más caras que las de legendarias estrellas de rock.

¿Pero depende esto acaso del género mismo? Técnicamente no. En Corea y otros países, donde el Kpop está presente en los medios masivos de comunicación, el *fanbase* (base de fans) es más heterogénero. En Perú el Kpop está ligado al acceso a internet por lo que su público es mucho más limitado y se centra principalmente en la clase media. Esto no quiere decir que puedan existir otros factores netamente culturales por los que el público de clase alta o baja no muestren demasiado interés en el género.

Con todas estas cuestiones, surge otra pregunta ¿Si la música que escuchamos está relacionada con nuestra cultura, podemos decir que nuestra identidad también está determinada por ella?

**IDENTIDAD MUSICAL E IDENTIDAD CULTURAL**

Diversos estudios a lo largo de los años han demostrado que mientras nos encontramos en la matriz de la madre, somos capaces de percibir ruidos no estructurados y también música. Desde ese momento ya somos influenciados por la sonoridad y, a lo largo de nuestras vidas, esta sonoridad, la música, ayuda a definirnos: “Este archivo sonoro (nuestra historia sonoro-musical) que cada uno almacenamos dentro nos genera una identidad, por un lado individual como seres autónomos y únicos, y por otro como parte de un grupo social y de una forma más global se convierte en lenguaje emocional que nos conmueve como seres humanos universales.” (Herrariz Portillo, 2012)

La música que escuchamos nos ayuda a entendernos, a definir mejor quiénes somos y qué queremos, cómo nos sentimos; con ello nos formamos como individuos. Pero también nos ayuda a establecer vínculos sociales, a establecer relaciones amicales.

John Ayon tiene 20 años, baila desde hace 3, vive en Lima, y es líder de THREAT/THR2T, grupo de baile que realiza *covers* de la banda coreana BEAST/B2ST. Para él el Kpop no es sólo su género musical favorito para bailar: “Es mi vida social actual. La mayoría de los amigos que tengo están en el Kpop haciendo *covers* de baile conmigo. Y me siento bien“.

Incluso, en ocasiones, la música es el punto de partida para subculturas, es la banda sonora de movimientos sociales además de convertirse en el motor que despierta la conciencia revolucionaria, un mantra melódico que inspira y motiva. Sucedió en Woodstock, sucede cada vez que hay un concierto de Kpop en Lima.

Super Junior, una de las bandas de pop coreano más populares, estará llegando a la ciudad a fines de abril para ofrecer un mega concierto. Mientras escribo esto, un mes antes de su llegada, ya hay varias decenas de fanáticas acampando en los exteriores del recinto que albergará a los ídolos musicales, con la esperanza de ingresar primeras y tenerlos más cerca.

¿Por qué despierta tal fanatismo un artista extranjero que parece tan distante cultural y geográficamente? “Un humano que canta colectivamente, con un modelo de ritmo y melodía acordado y sentido culturalmente, proporciona una forma de emoción compartida que, por lo menos durante su desarrollo, extasía a los participantes experimentando respuestas emocionales muy similares.” (Herrariz Portillo, 2012) Quizá ahí está la respuesta: No es distante del todo.

Gabriela Machaca (20 años) vive en Arequipa y es fan del Kpop desde hace varios años, en especial de la banda U-Kiss y viajó hasta Lima el pasado noviembre para cumplir su sueño de verlos en vivo.

“La música peruana es buena pero son pocas las canciones que realmente me gustan a diferencia del Kpop, que casi siempre me gusta. A pesar de vivir aquí, gracias al internet y a que la música peruana no es tan promocionada que digamos, siento más cercano el Kpop”, me cuenta. De hecho, esa distancia se hace efímera debido a dos grandes factores: la globalización y la omnipresencia de los artistas del género gracias a, como menciona Gabriela, el internet.

Pero ¿qué quiere decir sentirse identificado con la música pop coreana? ¿Significa acaso sentirse identificado con toda su cultura? Contrario a lo que muchas personas puedan pensar, por lo general, los fans del Kpop no son alienados ni reniegan de “su” cultura, y con ello me refiero a la cultura con la que crecieron, la de la sociedad en la que viven.

Katerine Rondinel tiene 19 años y tiene ya 10 años involucrada en el mundo del Kpop. Lo conoció a través de los dramas coreanos (telenovelas) y ahora es una activa miembro de Cassiopeia, el fan club de la banda coreana DBSK. “Sí me siento identificada (con la cultura popular coreana) pero eso no quiere decir que no me sienta identificada con mi propio país. Muchos piensan que porque te gusta la música o llevas puesto un polo de Corea, que es mi caso, no quieres a tu país. Pero quiero a mi país”, me cuenta.

Entonces, ¿La música popular, surgida de una sociedad determinada, define realmente su identidad? “Es pertinente entonces, comprender que la música por sí misma no representa la identidad de un pueblo sino que es una propuesta de identidad, una carta que exige respuestas concretas en el destinatario” (Medina Sierra, 2007)

Efectivamente, las manifestaciones culturales de un pueblo no necesariamente son representativas. No olvidemos que pueden existir cientos de formas culturales salidas de una misma sociedad pero no todas logran el nivel de distintivas, algunas son dejadas de lado, considerando cómo es que el pueblo desea ser visto o reconocido. Lo mismo sucede a nivel individual.

El sentirse identificado con tal o cuál cultural o con un determinado tipo de música obedece a la dimensión individual de la cultura, aquella en donde el individuo es el que construye su propia identidad cultural a partir de los elementos que va aprehendiendo a lo largo de su vida y que se ajustan mejor a su visión del mundo, sus objetivos y los que le permiten expresarse de mejor forma. Eso es lo que sucede con la cultura y la música pop coreana en Perú.

Igual que con la identidad musical, que nos define como seres individuales y sociales a la vez, la identidad cultural permite definir nuestro rol dentro de determinado contexto socio-cultural. “(La cultura pop coreana) forma parte de mi vida, no sólo la música coreana sino la influencia de la cultura como son los valores que inculcan a los jóvenes en las familias coreanas… valores que actualmente se va perdiendo en la cultura occidental.”, me explica Marylin Bejar. Ella es administradora de la página de Facebook “King Hyun Joong Perú”, dedicada al líder del grupo coreano SS501, Kim Hyun Joong. Él estuvo en Perú recientemente y Marylin cumplió su sueño de verlo en concierto. “Para mí el Kpop representa un estilo de vida (..) una verdadera fan conoce a su *idol* y más que importarle ella misma se preocupa por la felicidad de su artista”.

Efectivamente, el Kpop es un estilo de vida en el que entra a tallar todos los aspectos de la cultura pop coreana, no sólo la música: hay vestimentas, lenguaje, costumbres, etc. En el caso del pop coreano en el Perú, los fanáticos se distinguen del resto consciente o inconscientemente a través de esta forma de resistencia a la cultura masiva que los rodea.

Pero el Kpop no sólo es resistencia en Perú, también puede llegar a serlo en Corea. Y de hecho, en muy contadas ocasiones, lo es.

**RESISTENCIA EN LA HEGEMONÍA POP**

En ocasiones, la música pop, considerada casi siempre como falta de nervio, frívola o muy complaciente, rompe sus propios esquemas para poner sobre la mesa algunas cuestiones que no suelen tratarse en la agenda mediática, causando revuelo. Casi siempre el ser rebelde en la escena pop es producto de una estrategia de marketing, a veces es simplemente el intento de un artista por marcar su territorio y demostrar su individualidad. Rara vez un artista pop decide trasgredir y criticar el sistema que lo sostiene. En los 80’s eran Madonna y Michael Jackson los que, de formas muy distintas entre sí, iban más allá de los estándares que la industria establecía para dirigir la atención el público hacia temas más trascendentes como el hambre en el mundo o la represión sexual de la mujer.

El Kpop no es ajeno a ello. Es válido considerar que algunos artistas se salen del molde de vez en cuando para hacer declaraciones personales no necesariamente acordes con el estilo de vida coreano. Citaré algunos ejemplos.

En 2012, el dúo TVXQ presentó el sencillo titulado “Humanoids (Humanoides)” donde, alejados de las baladas románticas y las canciones para adolescentes abordan un tema que difiere en gran parte con el mundo de fantasía que la industria del Kpop intenta vender. En “Humanoids”, TVXQ habla de un mundo ficticio en el que las nuevas generaciones han sido reducidas a humanoides sin conciencia y que corresponde a esta generación despertar para adueñarse de su propio futuro y combatir la realidad llena de mentiras que la rodea.

Sobre el verdadero significado se han elaborado muchas explicaciones desde por qué SM Entertainment (Productora musical a cargo de TVXQ) le daría al dúo una canción con un mensaje contrario a todo lo que la compañía representa; si esta canción es una crítica directa a la sociedad coreana conservadora; sobre cómo el mundo actual se desmorona y requiere ser reconstruido desde la base; entre otras interpretaciones. Lo cierto es que “Humanoids” es inusual en el sentido en que, indirectamente, cuestiona y hace que los fans cuestionen el sistema en el que viven. No dice mucho pero lo poco que dice da que pensar.

Otro caso interesante es el del cuarteto femenino Miss A, producido por JYP Entertainment. En 2012 publicaron el sencillo “I don’t need a man”, todo un himno al empoderamiento de la mujer. En la canción Miss A habla sobre sobre ser mujeres independientes económica y sentimentalmente, sin necesidad de tener una pareja que le provea de todo. Por el contrario, ellas aseguran que la mejor forma de vivir es trabajando por su cuenta para no rendirle cuentas a nadie.

En una sociedad conservadora y tradicional como la coreana, donde la mayoría de veces son los hombres los que sostienen el hogar y, como se aprecia tanto en dramas como en videoclips que la mujer asume casi siempre un rol pasivo tanto en las relaciones de pareja como en los diferentes roles que pueda tener dentro de una sociedad; la canción de Miss A es, de cierta forma, revolucionaria.

Aunque de hecho estos chispazos de resistencia son permitidos por la misma industria, así como sucede en las sociedades con sus regímenes políticos, para eliminar tensiones y evitar “revoluciones”. No olvidemos ni por un momento que un estado de hegemonía requiere cierto nivel de negociaciones con la clase subalterna, que termine legitimando el régimen. Pasa en la vida, pasa en la música.

El Kpop en Perú supone también cierto grado de revolución, al menos para los fans verdaderos y no los ocasionales que se alinean con lo que esté de moda. El *establishment* y su cultura lucen decadentes ante el mundo de ensueño que nos ofrece el pop coreano, un mundo donde los chicos son guapos, las chicas son lindas y todos desean cumplir nuestras fantasías. Pero detrás de ello hay una cultura de fuertes valores luchando por no ser absorbida por la industria que la hizo popular en el mundo. Un encuentro entre lo popular y lo moderno en tiempos de youtube.

**CONCLUSIONES**

* El Kpop, considerado actualmente como un producto netamente comercial, tuvo su origen como un producto legítimo de la cultura popular coreana. Resultado de una mezcla entre la música popular norteamericana y la realidad socio-cultural de Corea, el Kpop se muestra como una forma novedosa de expresión de jóvenes artistas que no encontraban en la música popular tradicional de su país el canal adecuado para transmitir sus ideas. Sin embargo, con la evolución del mercado, el Kpop fue absorbido por la industria cultural que mecanizó los procesos creativos transformando la música en un producto de creación en serie, es decir, un producto de la cultura de masas.
* En ese sentido, el Kpop puede ser considerado como producto de una cultura híbrida (según Néstor García Canclini) al reunir en su seno elementos tanto de la cultura popular como de la modernidad, que considero representada en la cultura globalizada.
* La posición de un producto cultural como “popular” o “de masas” puede variar dependiendo del contexto en que se ubique. Mientras que para Corea el Kpop es un producto de la cultura de masas, para el Perú es un producto cultural popular del que se rescatan patrones culturales identificables como pertenecientes a la cultura coreana.
* Mientras el Kpop puede considerarse como una forma hegemónica en su país de origen, en Perú es válido considerarlo como una forma de resistencia al no estar alineada con los parámetros manejados por la cultura de masas local.
* A pesar de la intervención de la “modernidad” en la música popular coreana, esta aún conserva los valores populares. Sin embargo, mientras se mantenga una tendencia hacia la modernidad en el desarrollo de la industria musical coreana cabe la posibilidad que dichos valores se pierdan.
* Aunque la música pop pueda considerar como un producto comercial, frívola o carente de sentido; se ha demostrado que, con todo ello, puede cumplir el rol de forma de resistencia al oponerse a los valores de una cultura de masas nacional.
* La identificación del individuo con la cultura y/o la música popular foránea obedece, no necesariamente a una forma de rebelión contra la cultura que le rodea, sino a una dimensión individual de la cultura en que la persona construye su identidad en base a los patrones y formas culturales que le permitan expresarse de la mejor forma.
* La identidad musical es de suma importancia tanto para la formación de la personalidad y la expresión del individuo, como para la creación y el fortalecimiento de relaciones sociales. La música es un factor determinante en la forma en que el individuo encuentra su lugar en la sociedad y se relaciona con las demás personas.
* Debido al proceso de globalización y la apertura de los canales de comunicación a través de internet, la cultura de masas ya no conoce fronteras. Aunque cada país tenga su propia industria cultural basada en parámetros de su cultura de masas, que a su vez está basada en la preferencia de las mayorías, la posibilidad de conocer que hay más allá está generando focos de resistencia consciente o inconsciente que se debe atender. La idea de una hegemonía inclusiva y constructiva, que reconozca las necesidades de todos y no de la mayoría, se hace más necesaria que nunca.

**RECOMENDACIONES**

* Sería interesante profundizar en el impacto socio-cultural de eventos históricos de la música pop. De la misma forma en que The Beatles, Michael Jackson y Madonna marcaron época y tendencias en la música, es posible que el Kpop también logre relevancia y marque tendencia más allá de la música. Aún en Corea se está evaluando el impacto del Kpop en la sociedad, esto quiere decir, que hay todavía mucho que investigar sobre el tema.
* De la misma forma en que la música pop evolucionó de Rock’n’Roll a la electrónica sería interesante evaluar cuáles serían las nuevas tendencias en las que se basará el género y anticiparse al mercado.
* También queda pendiente evaluar cómo evolucionará el pop coreano musical y comercialmente. Algunos estiman que su tiempo de vida es corto, sin embargo, como suele suceder con la industria del pop, es común que se recicle el género y encuentre nuevas formas de mantener vigencia.
* Es interesante estudiar la identidad musical de los jóvenes y adolescentes y cómo esta se relaciona directamente con su personalidad y su identidad social. Queda pendiente un estudio más profundo de la importancia de la identidad musical en el proceso de formación y educación del individuo.
* Aún queda en el aire la trascendencia de la música popular dentro del desarrollo de la sociedad. Es cierto que se han hecho estudios sobre la influencia de tal o cuál género en jóvenes y adolescentes, pero aún hay mucho que explorar sobre cómo afecta un género musical a toda la sociedad. ¿Le aporta algo? ¿La estresa? ¿Altera su ánimo? ¿Se siente satisfecha con ella? ¿Se siente representado por ella?
* Es importante también investigar el por qué los adolescentes se sienten identificados con una cultura diferente a la suya. ¿Qué le aporta una que no le aporta aquella con la que creció? No se trata de alienaciones ni discriminación. Se trata que algo se está haciendo mal desde la cultura misma.
* De la misma forma. ¿Por qué me identifico con la música popular de otro país? ¿Qué encuentro en ella que no encuentro en la que las masas de mi país se regocijan?

**BIBLIOGRAFÍA**

ADORNO, T.W. On Popular Music. [en línea] [fecha de consulta: 15 de marzo 2013]

Disponible en:

http://audio.uni-lueneburg.de/seminarwebseiten/adorno/material/On%20Popular%20Music.pdf

ALABARCES, Pablo. Posludio: Música popular, identidad, Resistencia y tanto ruido (para tan poca furia). *Trans. Revista Transcultural de Música*. [en línea] 2008, no. 12 [fecha de consulta: 25 de marzo 2013]

Disponible en: http://www.sibetrans.com/trans/a92/posludio-musica-popular-identidad-resistencia-y-tanto-ruido-para-tan-poca-furia

ISSN: 1697-0101

BEST, Beverly. Over the Counter Culture: Retheorizing Resistance in popular Culture. The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies. Manchester, Reino Unido : Wiley, 1998. 230p.

ISBN: 978-03-3121-216-4

CHAMBER, Stephan. Korean Girl Gropu miss A Declares Independance From Men [en línea] Cynical Kpop : 19 de octubre 2012. [fecha de consulta: 23 de marzo 2013]

Disponible en: http://cynicalkpop.wordpress.com/2012/10/19/men-parents-and-miss-a/

ESTREMADOYRO, Julio Víctor. Alta cultura o cultura de masas. [en línea] Lima, Perú : Blog de Juilo Víctor Estremadoyro Alegre. 14 de julio 2012. [fecha de consulta: 25 de marzo 2013]

Disponible en: http://blog.pucp.edu.pe/item/162530/alta-cultura-o-cultura-de-masas

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas Híbridas. Última ed. : Editorial Grijalbo, 2012.365p

ISBN: 978-60-7429-615-0

GARCÍA CANCLINI, Néstor. ¿De qué hablamos cuando hablamos de resistencia?. *Estudios Visuales*. [en línea] Enero 2010, no 7 Retóricas de la Resistencia. [fecha de consulta: 02 de marzo de 2013]

GROSSBERG, Lawrence. Identidad y estudios culturales: ¿no hay más que eso?

Disponible en:

http://www.ram-wan.net/restrepo/modernidad/grossberg-identidad%20y%20eeccsl.pdf

HARGRAVES. David J., MIELL, Raymond, MacDONALD, A.R. Identity in Music. What are musical identities, and why are they important? [en línea] Social Psychology of Music : 14 de abril 2010 [fecha de consulta: 10 de marzo 2013]

Disponible en: http://musicalsocialpsych.blogspot.com/2010/04/identity-in-music.html

HERRARIZ PORTILLO, Marta. La Música: Elemento de identidad en el ser humano. Revista Pueblos Paz con Dignidad Editores Madrid España Nº50 (2012)

ISNN: 1577-4376

Disponible en: http://www.revistapueblos.org/old/IMG/pdf\_Pueblos\_50-Internet.pdf

HERRERA, Élida. Han: Genuina expresión de la raíz del ser coreano. *Transoxiana. Journal de Estudios Orientales.* [en línea] diciembre 2003. [fecha de consulta: 28 de marzo 2013]

Disponible en: http://www.transoxiana.org/0107/herrera-han.html

ISSN: 1660-7050

LAMB, Bill. What is Pop Music? A Definition. [en línea] Top40.About.com [fecha de consulta: 22 de marzo 2013]

Disponible en: http://top40.about.com/od/popmusic101/a/popmusic.htm

LEUNG, Sarah. Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music. [en línea]Senior Capstone Projects. Paper 149

Disponible en:

http://digitalwindow.vassar.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1151&context=senior\_capstone

LOBETO, Claudio. Cultura Popular: hacia una redefinición. [en línea] Buenos Aires, Argentina : Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. [fecha de consulta: 12 de marzo 2013]

Disponible en:

 http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/cultura\_popular.htm

Más de la mitad de limeños tiene acceso a internet. [en línea] Lima, Perú : Diario16, 15 de febrero 2012. [fecha de consulta: 12 de marzo 2013]

Disponible en: http://diario16.pe/noticia/14115-maas-de-la-mitad-de-limeanos-tiene-acceso-a-internet

MEDINA SIERRA, Abel. La música desde los estudios culturales: Artículos. [en línea] La Guajira, Colombia : 01 de setiembre 2007. [fecha de consulta: 15 de marzo 2013)]

Disponible en:

http://abelmedina.blogspot.com/2007/09/la-musica-desde-los-estudios-culturales.html

PÉREZ, Pepo. Cultura de Masas Vs. Cultura Popular. [en línea] Es Muy de Cómic. 30 de julio, 2010. [fecha de consulta: 19 de marzo 2013]

Disponible en: http://pepoperez.blogspot.com/2010/07/cultura-de-masas-vs-cultura-popular.html

QUIRÓS, Fernando. Los Estudios Culturales. [en línea] Infoamerica.org, 01 de diciembre 2004. [fecha de consulta: 12 de marzo 2013]

Disponible en: http://www.infoamerica.org/documentos\_pdf/quiros01.pdf

SZURMUK, Mónica y McKEE, Irwin. Diccionario de Estudios Culturales latinoamericanos. 1era Ed. DF, México : Siglo XXI, 2009. 332p.

ISBN: 978-607-03-0060-8

TORRES, Cecilia A. R. The Construction of Identity and Musical Identities. [en línea] Río Grande do Sul, Brasil : UERGS. [fecha de consulta: 20 de marzo 2013]

Disponible en: http://www-usr.rider.edu/~vrme/v11n1/vision/Torres.Final.06.pdf