**Estudio de caso**

**El mercadeo de la música marginal: el caso de la champeta**

La champeta es un género musical colombiano que se gestó como una expresión de contracultura en barrios del Caribe, como Pescaíto, en Santa Marta, y Olaya, en Cartagena. Este ritmo no solo ha trascendido a lo musical, al mezclar ritmos africanos con efectos de sonido creados de manera artesanal; con sus letras, la champeta hace honor al lenguaje de gueto, de barrio, lleno de doble sentido y humor popular.

En sus letras se puede hacer una lectura de la realidad, desde la perspectiva del barrio marginal, que ve de manera distinta la forma como se relacionan los individuos, la vida de pareja, los roles de género, el coqueteo, la sexualidad, los estratos sociales y, en general, la vida en comunidad.

Este tipo de música se relacionaba con una expresión de los rasgos culturales de las comunidades marginales, asentadas en la periferia de las ciudades, las cuales, con sus letras, intentaban revertir el orden, allí donde existe una cultura hegemónica y predominante que desconoce lo “popular” como un escenario válido para la generación de cultura. Desde la marginalidad de sus líricas, la champeta logró permear todos los estratos, mientras se convertía en un símbolo propio que fortalecía la identidad de los habitantes de estos barrios.

Sin embargo, la nueva ola de la champeta, alimentada por la industrialización musical, presenta un panorama diferente para este género. El mercado propone dejar de lado el uso de los picós, construidos artesanalmente, para reemplazarlos por sistemas de sonido sofisticados, con grandes *shows* con bailarinas, luces y escenarios lejanos de las calles empolvadas de los barrios. Esta situación aísla cada vez más a los artistas locales. Ahora, la propuesta estética de los videos muestra el fetiche de la mujer voluptuosa y bien “fabricada”, el derroche, el consumo y la banalidad, y, cada vez, se parece más al reguetón y menos a la champeta.

Los empresarios de la música estan haciendo del género un producto rentable, al verlo como se llega con éxito a las principales ciudades del país. A partir de las letras creativas y con sentido, que antes eran mal vistas por ser indecentes y de “mal gusto”, se han construido híbridos que se venden muy bien en el mercado, una vez han sido despojados de toda relación con lo “bajo” o popular y convertidos en moda.

Hoy, la vieja champeta se mezcla con la “nueva” en el antiguo mercado de Bazurto, en Cartagena, que es conocido como el centro de la difusión de este ritmo y donde aún se conservan los carteles de muchos colores que anuncian las fiestas picoteras. A pesar de que se baile en las discotecas y se escuche en la calle, no se conecta con el sentir del barrio y construye un imaginario cultural que poco tiene que ver con este escenario y no recrea la cotidianidad de lo local.

Aunque la nueva ola de la champeta promueva y venda en espacios que poco tienen que ver con su gestación y función social, este tipo de música está impregnada de expresiones populares que la nutren con creatividad y se convierten en el sello característico que, a pesar de todo, mantiene vivo el género tal como se conoció en sus comienzos.