



## **LO QUE LA EMBAJADA NOS DEJÓ. *SOFT POWER* Y DIPLOMACIA MUSICAL NORTEAMERICANA EN EL ARCHIVO SONORO DE LA RADIO UNIVERSIDAD**

Guillermo Julián Chambó, Alejandro Zagrakalis, María Victoria Klein.  
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Artes. Instituto de Investigación en Producción y Enseñanza del Arte Argentino y Latinoamericano.

### Resumen

La música ocupa un rol importante en la diplomacia cultural de Estados Unidos de América (EUA) en Latinoamérica desde la década de 1920. La diplomacia musical hemisférica se orientó a la organización de festivales, conciertos, conferencias y ediciones fonográficas de música con participaron de compositores e intérpretes latinoamericanos y de EUA (Fosler-Lussier, 2015; Cannova, 2016), pero su ejercicio en la radio le permitió llegar a un público masivo. *The Voice of America* es la radioemisora para la transmisión en directo al exterior de EUA, aunque también produce contenidos pregrabados que se destinan para ser retransmitidos en radios de todo el mundo. En la era analógica del sonido grabado esos programas enlatados (Cannova, 2022) eran distribuidos por la embajada norteamericana y favorecieron la divulgación de sus propuestas culturales. En esta oportunidad se analizará la serie radial Historia de la música popular de Estados Unidos, encontrada en el archivo fonográfico de la Radio UNLP, que incluye programación destinada a diversos géneros. Buscaremos constantes en el guión y los repertorios que los conforman que nos permitan caracterizar cómo EUA pretendió mostrar al mundo la historia “oficial” de su música popular. Este trabajo se incluye en el proyecto de investigación 11/B380.

Palabras clave: Soft power, diplomacia musical, archivo sonoro, radio

Las políticas culturales desarrolladas por los Estados Unidos en el marco de la diplomacia musical se vieron reflejadas a través de diferentes estrategias a lo largo del siglo XIX hasta la actualidad. Durante el siglo XX, el desarrollo de los diferentes medios de comunicación y tecnologías fueron expandiéndose y se volvieron parte fundamental de la estrategia de comunicación y difusión de las ideas del Departamento de Estado en el continente americano y el mundo. En este sentido, en el marco del proyecto 11/B380 - “Artes musicales y audiovisuales de Nuestra América en los *Latin American Studies*. Descripción, caracterización y análisis de la conquista disciplinar norteamericana en el campo artístico desde Latinoamérica”, analizaremos cómo la utilización de las transmisiones radiales de *The Voice of America* (VOA) y la creación de una red de retransmisión de alcance global permitieron a los Estados Unidos llevar adelante el ejercicio de diplomacia de alcance masivo. Para ello, pondremos el foco específicamente en la diplomacia musical ejercida a través de programas enlatados producidos por VOA. Si bien en sus comienzos VOA utilizaba el formato disco para la distribución de contenidos producidos en sus estudios hacia las emisoras repetidoras extranjeras, en poco tiempo el desarrollo tecnológico de la grabación en cinta abierta, que simplifica los procesos de grabación, edición y duplicación, se volvió el soporte



principal de los programas enlatados. Éstos garantizaban que el mensaje y la programación, en teoría, no sufrieran alteraciones, estaban pensados para ser organizados, secuenciados, grabados y distribuidos para transmitirse sin edición posterior. Como menciona Cannova, los programas enlatados van a lograr “instalarse como un producto dentro de la diplomacia cultural en relación a las necesidades que van a tener las radiofonías locales, porque ofrece programación sin costo alguno, pero a su vez [porque] es algo que no tiene opciones de modificarse”(2022). De esta manera, fueron llegando a las diferentes radioemisoras en el mundo programas enlatados que sirvieron como parte de la estrategia propagandística del gobierno de Estados Unidos. Analizaremos programas de la serie radiofónica titulada Historia de la música popular de los Estados Unidos, que son parte del Archivo Sonoro de Radio Universidad- UNLP. Los mismos fueron enviados por el USIS (por las siglas en inglés de Servicio de Información de los Estados Unidos) en formato cassette mayormente en 1995, como parte de esta política hemisférica mencionada en el marco del Interamericanismo. El estudio del material radiofónico es parte de la categoría programa dedicado a la música, en el que prima la descripción y explicación del contenido a cargo de quien conduce y la disponibilidad de la música en cuestión para su escucha transmitida. El material de archivo o fuente primaria con la que se trabajó fue desgrabado. Se analizó tanto la música incluida como las enunciaciones verbales de la conducción del programa. También se recurrió a información en fuentes secundarias sobre la emisora internacional de Estados Unidos, VOA.

El trabajo se plantea el objetivo de conocer las formas de presentar en el formato radiofónico aspectos sustantivos de la historia de la música popular de los Estados Unidos, a partir de resultar un objeto de interés y de conocimiento propio a las actividades en las relaciones internacionales de Estados Unidos con Latinoamérica. Si bien estos programas también circularon por fuera de Latinoamérica y el Caribe, la segmentación del servicio radiodifusor al exterior VOA posee un departamento especializado en la región con el que produce dichos contenidos. Por consiguiente, siendo VOA una emisora dependiente del gobierno norteamericano se propone comprender en el estudio los elementos de la diplomacia cultural y de la industria fonográfica anglo norteamericana relativos al caso de estudio. La selección del programa abarca géneros musicales como el teatro musical, la música campestre o country y el rock.

#### Radiodifusión al exterior: la onda corta y el ejercicio del *soft power*

En la década de 1920, a partir del desarrollo tecnológico de transmisión radial y el amplio alcance geográfico que permitieron las transmisiones de onda corta, diferentes países del mundo vieron en la radiodifusión una herramienta poderosa del *soft power* o poder blando para llevar adelante sus estrategias de política exterior. En los términos planteados por Joseph Nye (2004), el *soft power*

...es más que la persuasión o la habilidad de argumentar, aunque son una parte importante de ella. Es la habilidad de atraer, y la atracción a menudo guía a la aquiescencia. Expuesto de forma simple, en términos conductuales, el poder blando es poder de atracción. En términos de fuentes, la del *soft power* son los recursos que producen dicha atracción. Si un recurso particular es una fuente de poder blando, éste puede ser medido por sondeos o focus groups. Si esa atracción a su vez produce resultados políticos deseados debe estudiarse en cada caso particular. La atracción no siempre determina otras preferencias, pero este espacio entre el poder medido como recursos y el poder juzgado



como los resultados del comportamiento no es único del soft power. (Nye, 2004, p. 6).

En este sentido, aprovechando la capacidad de las transmisiones radiales para traspasar fronteras afloraron servicios nacionales de radiodifusión al exterior con emisiones en varios idiomas (Ortíz Garza, 2013) como la Radio de la compañía Phillips en Holanda, primera de su tipo con una programación regular a partir de 1927 y nacionalizada en 1947 convirtiéndose en la *Nederland Wereldomroep*, o la Radio de Moscú, que inauguró sus transmisiones internacionales en 1929 con emisiones en 4 idiomas y llegó a contar con 11 idiomas para 1933 (Rawnsley, 1996:13). Entrada la década de 1930 los principales países del norte global disponían de este tipo de emisoras.

Como menciona Ortiz Garza (2013), el desarrollo del servicio de radiodifusión al exterior en los Estados Unidos tuvo su inicio en 1924 en el marco del panamericanismo, con emisiones esporádicas y de poco alcance hacia los países del continente americano con el objetivo de profundizar la pretendida unión hemisférica. Con los años se fue consolidando su cobertura continental gracias a la utilización de un sistema híbrido que utilizaba una combinación de radioemisoras de onda corta y estaciones repetidoras de onda media en diferentes países del continente, proceso se aceleró y profundizó cuando en EUA advierten como amenaza la llegada de programas radiales en español y portugués provenientes de Alemania e Italia en los años 1930 (Ortiz Garza, 2013). En este sentido, en 1935 el Departamento de Estado le solicitó a las cadenas privadas CBS y NBC que mejoraran la potencia de sus señales, al mismo tiempo que profundizaron los contactos con otras emisoras a lo largo y ancho del continente, para conseguir mayor alcance a partir de las retransmisiones en el hemisferio y así lograr contrarrestar la presencia del comunismo y el fascismo en el espectro radioeléctrico. Como indica Paula Cannova, en la política exterior de Estados Unidos

Los intereses del capital privado, a menudo, son asumidos como los intereses de la nación porque resultan en fuerzas de gran incidencia en la economía nacional, o eventualmente porque coinciden los intereses del capital privado con los de los gobernantes y las clases político-dirigenciales. (Cannova, 2019, 2).

En 1942, dos meses después de recibir uno de los golpes militares más grandes en su territorio, el bombardeo a Pearl Harbor, el Departamento de Estado creó *The Voice of America* (VOA), la radioemisora oficial del gobierno de los Estados Unidos. En su primera emisión el locutor que dió inicio al programa expresó: "Diariamente a esta hora les hablaremos sobre América y la guerra. Las noticias podrán ser buenas o malas. Les hablaremos con la verdad" (Rawnsley, 1996:84). En sus comienzos los programas de VOA continuaron siendo producidos por contrato por las cadenas de radio de capitales privados y, mientras duró la Segunda Guerra Mundial, las transmisiones estuvieron concentradas en llevar las noticias sobre el conflicto bélico con la óptica del gobierno norteamericano a sus oyentes. Una vez finalizada la guerra, la radioemisora VOA se va consolidando como una herramienta fundamental para el ejercicio del *soft power* norteamericano a nivel global, cada emisión y programa era parte de ese recurso del que habla Nye (2004), para intentar lograr esa atracción que guíe a los pueblos y gobiernos del extranjero a la aquiescencia o adopción de las ideas norteamericanas. Para 1948, cuando el Departamento de Estado se hizo cargo de la programación, la radioemisora tenía corresponsales en Latinoamérica y el mundo, con una programación que era escuchada en el idioma de cada uno de los países a los que llegaba su señal o mediante la emisión de programas enlatados producidos en Washington. Luego de una



serie de discusiones al interior del gobierno de los EUA, en 1953 el VOA pasa a quedar bajo la órbita de la Agencia de Información de los Estados Unidos (USIA por sus siglas en inglés), un órgano independiente del Departamento de Estado que se encargaba de la propaganda internacional sobre el estilo de vida estadounidense a través de revistas, películas, declaraciones en la prensa y las transmisiones de VOA, y comienza su período de mayor expansión. Más allá de un breve período 1978-1982 en el que la USIA se fusionó con la Oficina para Asuntos Educativos y Culturales de los Estados Unidos para formar la Agencia de Comunicación Internacional, desde 1982 volvió a su denominación original que mantiene hasta el día de hoy.

La Agencia de Información de Estados Unidos funcionaba con una estructura departamentalizada con espacios de producción de contenidos centralizada que luego eran distribuidos a sus oficinas en las embajadas norteamericanas alrededor del mundo conocidas como USIS (siglas en inglés de Servicios de Información de los Estados Unidos), quienes solicitaban a Washington los programas enlatados de distintas temáticas para su distribución en las radios locales. Podemos ver que para 1974 este mecanismo de distribución era valorado en un reporte al congreso de norteamericano que realizó ese año el Contador General de los EUA sobre los programas de la USIA. Allí, al analizar la dirección que estaba teniendo el programa de la USIA el informante destaca la distribución de programas enlatados como herramienta para lograr un alcance más masivo a través de las radios locales de onda media. En el apartado Masas vs grupos de elite indica que

Parece ventajoso colocar más programas de radio enlatados con estaciones locales que tengan instalaciones de onda media. Los programas enlatados son cintas de radio distribuidas en todo el mundo para su difusión a través de los puestos del USIS. Ciertas publicaciones de USIS han colocado cientos de horas de programación cada semana de esta manera. Por ejemplo, en Perú, USIS suministró regularmente programas enlatados a un promedio de 106 estaciones en 1971. Aunque se han hecho esfuerzos similares en otros países, los recursos totales previstos para los programas combinados y los suministros han sido relativamente insignificantes, con sólo unos \$ 620,000 presupuestados para el año fiscal 1972. (United States General Accounting Office [USGAO], 1974: 31)

Los remitos de la USIS encontrados en el archivo de la radio también se pueden observar el mecanismo utilizado para lograr este objetivo. Además de registrar los títulos de la serie y el número de episodio de cada uno de los programas enviados, cada remito tiene una leyenda destacada en color rojo que indica que para un mejor funcionamiento del servicio los programas debían ser devueltos al USIS en la embajada una vez que fueran emitidos. En primer lugar, esto nos da indicios sobre la posibilidad de periodicidad en la emisión de los programas y, por otro lado, nos permite entender el proceso de circulación y difusión de los programas enlatados por parte de la USIA en los distintos territorios: para llegar a una mayor cantidad de radioescuchas, una vez emitidos por una radio asociada al VOA, las cintas y cassettes eran devueltos a la USIS para ser ser puestos a disposición de otras emisoras.



En el cassette del programa 44 se observa la superposición de etiquetas que puede dar cuenta de su paso por otras emisoras antes de terminar en manos del operador de radio UNLP.

A partir de la información disponible en un catálogo de programas del VOA de julio de 1963 podemos observar aspectos que hacen al financiamiento del mecanismo de difusión del VOA. El documento comienza con una “Nota a los usuarios” en la que se dan indicaciones de cómo solicitar los programas enlatados y sus guiones, así como información sobre los costos. En este sentido indica que

Cada carrete de cinta de 7 pulgadas cuesta \$1.50, y cada carrete de 10 ½ pulgadas \$3.65. Esta información se provee de modo que los correos puedan estimar los costos de las cintas encargadas de forma más precisa. Esos costos se cargarán a la asignación de apoyo directo de VOA. (United States Information Agency [USIA], 1963)

La asignación de apoyo directo (DSA por sus siglas en inglés) era una parte del presupuesto de la USIA destinado a costear este tipo de pedidos por parte de la USIS de diferentes partes del mundo. En este sentido hay una búsqueda por optimizar y sacar el mayor provecho de los recursos que la USIA tenía para llevar a cabo sus operaciones, con el objetivo de llevar la voz del gobierno a la mayor cantidad de personas posible. En el informe sobre el costo total de los programas de la USIA para el año fiscal de 1993 se indica que el mismo fue de u\$s 326.174.000 (USGAO, 1994).

Además de los precios unitarios, el catálogo contiene las descripciones, episodios y precios de diferentes series completas de programas. Así por ejemplo, encontramos la serie *Popular music, USA* de ese año, que consistía en 52 programas de 30 minutos de duración tenía un costo de 78 dólares. Si bien su título no se corresponde con la traducción literal de aquella que analizaremos, sí se verifican coincidencias en la extensión de los programas y en la descripción general de la serie, ya que la misma se acerca mucho a una traducción literal de lo enunciado por el locutor al comienzo de cada uno de los programas como veremos en el próximo apartado. En este sentido la descripción de la serie indica que la misma es

Un panorama de música popular. Reflejos de los tiempos cambiantes desde la época colonial hasta la actualidad, tendencias, estilos, aspectos destacados, personalidades. (USIA, 1963:100)



Por otro lado, el último programa de la serie que indica el catálogo se titula Rodgers y Hammerstein, mismo nombre que el programa número 44 que llegó a la Radio UNLP en 1995. Todo esto, junto con la indicación que los materiales del catálogo estarán disponibles hasta el 30 de junio de 1964, nos permite pensar que año a año se editaba un catálogo de estas características en el cual se iban actualizando las series a partir de la reutilización de las producciones previas y nuevos materiales. De este modo el programa número 52 presente en el catálogo de 1963 bien podría ser el número 44 que analizaremos en el próximo apartado, luego de una revisión y reorganización de la serie en años posteriores.

Como vimos, el gobierno norteamericano invirtió millones de dólares para el ejercicio del *soft power* y la diplomacia cultural en el exterior a través del envío de programas enlatados sobre diversos temas, entre ellos la musical. Lo que queda entonces, es analizar los programas encontrados observando el modo en el que presentaron al mundo la versión oficial de la historia de la música popular de su país, indagando las características que sustentan la selección de los artistas y las obras presentes en cada capítulo; las periodizaciones propuestas para cada género; y valoraciones realizadas por el locutor. Todo esto entendiendo a estos programas en el marco de la diplomacia musical ejercida por EUA.

Los cassettes de la Historia de la música popular de los Estados Unidos

Analizamos los siguientes episodios del programa Historia de la música popular de los Estados Unidos:

- 44. Rodgers y Hammerstein.
- 45. El teatro musical después de la Segunda Guerra Mundial.
- 46. La música campestre
- 50. Tercera Parte de “La era del rock”
- 51. Última parte de “La era del rock”

Los episodios están mencionados en orden cronológico pero probablemente no fueron emitidos sucesivamente, son los que están a nuestra disposición en el fondo documental del Archivo sonoro de Radio Universidad.

La cortina musical utilizada al inicio de todos los episodios es un fragmento de la canción *America the beautiful* compuesta por Katharine Lee Bates. El conductor del programa enuncia:

Desde los primeros tiempos coloniales hasta el presente, la música ha reflejado la vida de la nación y el lado humano de su gente. En realidad, ha sido un espejo de los cambiantes tiempos. (USIA, 1995a; USIA, 1995b; USIA, 1995c; USIA, 1995d; USIA, 1995e;)

Esta cita nos sugiere que las músicas elegidas para la serie de episodios datan desde la época colonial, hasta finales de la década del 1960, lo que sería la cuarta y última parte de la Era del Rock.

El episodio 44 hace gran hincapié en la trayectoria profesional de los compositores Rodgers y Hammerstein en el marco de la comedia musical entre los años 1943 y 1953. El conductor cita a Cole Porter y menciona: “el cambio más notorio en 40 años de comedia musical ha sido Rodgers y Hammerstein” (USIA, 1995a, 1:54). Esto de alguna manera legitima la decisión de tomar como período importante la década que se asocia



a dichos compositores, y a su vez, de tomarlos como pioneros dentro del teatro musical norteamericano.

A continuación, se destaca que estos compositores “elaboraron una nueva forma en la cual la música y el baile estaban profundamente arraigados dentro del folklore norteamericano”. El término folklore es empleado repetidas veces para caracterizar muchas de estas músicas que se desarrollan a lo largo de los programas. Y a su vez, estas músicas tienden a valorarse cuando forman parte del folklore o incluso tienen algún aspecto de éste. Esto es aquello que no está “contaminado”, que es lo más puro e identitario de una región.

En el programa se mencionan las siguientes obras teatrales: *Oklahoma*, *Carousel*, *South Pacific*, *The King and I*. En lo que respecta a la estructura del programa, esta implica la breve introducción del conductor sobre la trama principal y la presentación posterior de cada obra musical. Las referencias a las músicas no usan términos del análisis musical formal, informan sobre compositores, fechas y lugares, y adjetivan en forma positiva las músicas que presenta. La mención de los intérpretes en las obras musicales que se transmiten o integran los programas es constante y revela un particular interés que personaliza en los mismo artistas gran parte del contenido comunicacional.

Se percibe, además, un interés por mencionar en la mayoría de los casos los intérpretes de dichas obras. Esto se relaciona con el desarrollo del *star system* en el mercado discográfico y cinematográfico en los Estados Unidos. El *star system* (“sistema de estrellas o de estrellato” en castellano) consistió en un sistema de contratación de actores de cine hollywoodense a largo plazo con el fin de asegurarse el éxito en las películas. De este modo, existieron diversos recursos, como fue la creación de importantes campañas publicitarias, clubes de fans, entre otros, que apuntaba siempre a las estrellas de las películas. En el libro de cátedra Artes Musicales y Audiovisuales (Cannova, 2021: 52) se menciona el desarrollo de este *star system* ligado la expansión del mercado musical mediante la ampliación técnica, y el acceso de cada vez un mayor público a la radio, la fotografía y cinematografía.

En el programa 45 titulado El Teatro musical después de la Segunda Guerra Mundial, se destacan las siguientes obras: *My Fair Lady*, cuyo libretista y letrista fue Alan J. Lerner y el compositor fue Frederick Loewe; *West Side Story*, compuesta por Leonard Bernstein; *Annie, take your gun* compuesta por Irving Berlin; *Kiss me Kate*, compuesta por Cole Porter; *Guys and Dolls*, compuesta por Frank Loesser; *Wonderful Town*, compuesta por Leonard Bernstein; y por último, la obra *The Pajama Game*, compuesta por Richard Adler y Jerry Ross. Al igual que el episodio anterior, se mencionan las tramas de las obras y el éxito de las mismas en Broadway, y se destacan los compositores y los intérpretes de renombre. Tanto en este episodio como en el anterior, se hace hincapié en el éxito comercial de las obras a nivel local como también internacional. Podemos observar esto en los datos que se mencionan dentro de estos episodios.

En referencia al musical *My fair lady* de Alan J. Lerner y Frederick Loewe, el locutor dice: “No sólo fue llamada a figurar como uno de los acontecimientos más grandes dentro del teatro musical norteamericano, sino que batió todos los récords anteriormente logrados por *Oklahoma* y *South Pacific*” (USIA, 1995b, 3:10). Es interesante mencionar que estas dos últimas obras se mencionan en el episodio anterior.

Refiriéndose a otro de los musicales del episodio, en este caso *West Side Story*, que aquí se conoció por Amor sin barreras, con música de L. Bernstein, se menciona que “su éxito fue elocuente, tanto en Broadway como en el cine, y demostró que la obra musical había madurado al punto de convertirse en un arte genuinamente vital del escenario norteamericano” (USIA, 1995b, 8:10). Se adjetivan estos eventos dándole

valor cultural para quien escucha, basando el éxito de los mismos en el buen gusto: “El buen entretenimiento siempre encuentra una gran demanda de taquilla, y las comedias producidas en esos años basaron su éxito en espectáculos inteligentes y adultos, ricos en todos los aspectos del buen teatro musical” (USIA, 1995b, 12:48).

En estas intervenciones de la conducción del programa observamos la valoración de las obras musicales a partir de su éxito comercial.

En el programa 46, titulado *La Música Campestre*, el conductor se remonta a la época de la colonia para señalar el inicio de la música campestre en Estados Unidos. Se menciona que estas músicas se encuentran más arraigadas en los estados de Virginia, *West Virginia*, *Tennessee*, *Kentucky* y Carolina del Norte. Tal es el caso de la balada llamada *Barbry Allen* que es presentada y reproducida en el programa. Se desarrolla además, una breve descripción de cómo estas músicas se difundieron cuando luego de la Primera Guerra Mundial, la gente que vivía en zona de colinas “comenzó a dirigirse a Atlanta, Nashville, Birmingham y Dallas y al norte de Detroit, Cleveland y Chicago buscando trabajo en las minas, fábricas y molinos de esos estados a los que llevaron su música” (USIA, 1995c, 4:12). Se menciona la importancia de la radio y posteriormente de las compañías grabadoras, que luego de la década del 20, impulsaron la difusión de este género siempre a la búsqueda de un nuevo mercado, y así la música campestre empezó a ser escuchada a gran escala. Es interesante destacar cómo se plantea, desde un programa destinado a la música, una imagen positiva del país del norte en comentarios del locutor tales como: “Después de la revolución y por el término de dos siglos los Estados Unidos marchó hacia una expansión que lo convirtió ya en el siglo XX en una potencia mundial” (USIA, 1995c, 3:14). En este episodio se destaca a su vez la figura del cowboy, mencionando la trayectoria y el éxito de Gene Autrey, el “rey de los cantores vaqueros”.



Cassette del programa nro.50 de “Historia de la Música Popular de USA” de VOA. Relevado del Archivo Sonoro de Radio Universidad.

El programa número 50 de *Historia de la Música Popular de los Estados Unidos* corresponde a la tercera parte de una serie de 4 programas que desarrollan sobre el rock desde sus comienzos hasta los años 1960. Lo que expone el conductor del programa nos sugiere que los programas de rock están pensados a partir de cierto orden





cronológico, y que en esta tercera parte ya nos encontramos a mediados de la década del 60.

Se menciona en primer lugar a los Rolling Stones, y se emite la canción *Satisfaction*. El conductor menciona una serie de escándalos relacionados al consumo de estupefacientes a los que fueron asociados varios intérpretes de rock de la época, lo cual llevó a pensar en algún momento que “el rock estaba muerto”. La inclusión de músicos ingleses y la ausencia de aclaraciones en un programa que pretende instalar una historia de la música popular de Estados Unidos revela el entramado del mercado musical anglo norteamericano, el cual funciona como un tándem robusto sobretodo a partir de la segunda mitad del siglo XX,

La figura solista del cantautor norteamericano Bob Dylan, es un recurso que contrarresta la idea decadentista en el rock ya que él “volcaba en sus apasionadas canciones todo el desasosiego y las protestas de esa época que estaban viviendo” (USIA, 1995d, 6:20). Otro artista mencionado en el programa es James Brown, del cual se destaca su capacidad *performática*, es decir la relevancia del factor visual además del musical así como el rol y el impacto del público seguidor del artista frente a semejante espectáculo. Finalmente, se menciona la confluencia entre los géneros rock y folklore en artistas como The Mamas & The Papas, y Simon and Garfunkel, quienes se destacaron en un período donde el género sería “más tranquilo y reservado” (USIA, 1995d, 18:33).

Frente a esta variedad de artistas enmarcados dentro de lo que se conoce como *rock*, mencionamos al autor Keir Keightley, quien en su artículo Reconsiderar el rock hace una revisión del término, donde advierte que artistas y bandas con sonoridades muy diferentes, han sido igualmente catalogadas bajo la categoría rock a lo largo de la historia. Esta revisión que va a hacer el autor, involucra la posibilidad de considerar que el rock va a tener una forma de interpretación que lo caracteriza, que involucra la sonoridad, pero también la diferenciación, la especificidad, y que a su vez está atravesado por esas condiciones de definición en las que están las revistas especializadas, los periodistas especializados, las radios especializadas, y los consumos sumamente orientados en función del mismo. Para estudiar este fenómeno, Keightley propone entender el rock no como un género en sí sino en términos de cultura musical, que se va a caracterizar principalmente por sus procesos de exclusión y rechazo, por su autenticidad: el auténtico rock es aquello que no es pop, que no es balada, no es cantado con cierta incorporación de adornos vocales, que tiende a considerar cierto desarrollo musical, y que supone una cultura musical determinada. Hay una valoración que establece a esta música como importante, o que inclusive busca diferenciarse de ciertos consumos culturales asociados al sistema capitalista, como lo es la música de distribución masiva, y en el que muchas veces se va a presentar al rock con una actitud un tanto revolucionaria o rebelde, basándose en ese criterio de autenticidad.

Otro programa analizado corresponde a la última parte de La Era del Rock. El conductor menciona: “Cuando un buen conjunto inglés de rock hace su aparición en los Estados Unidos se piensa que están rindiendo tributo a una música que tiene profundas raíces norteamericanas” (USIA, 1995e, 2:19), y a continuación se presenta a la banda británica *Cream*. Se menciona el hecho de que Jimi Hendrix, Jim Morrison y Janis Joplin fueron encontrados muertos por haber ingerido una super dosis de drogas. Dicha referencia biográfica asocia altos rendimientos en escena a desórdenes importantes en la vida privada de un artista-mártir joven. Esta misma idea no difiere de aquella asentada en el siglo XIX en Europa central donde el genio es asociado a una figura doliente:



En la idea del arte de Beethoven -o de la época que construyó con él su ideal estético-, el sufrimiento, la dificultad y la idea de lucha eran esenciales: «Los mejores de nosotros obtenemos dicha por medio del sufrimiento», escribió Beethoven en una carta a la condesa Erdody, fechada el 19 de octubre de 1815. El artista era un héroe y de alguna manera, también debían serlo sus oyentes -todavía en la actualidad, para gran parte del público consumidor de arte existe una fuerte identificación entre «música fácil» y «música mala» o, por lo menos, no artística-. (Fischerman: 93)

Finalmente, el conductor presenta la última canción titulada El Peso de la banda llamada *The Band* y concluye: “(...) nos ha demostrado dónde se encuentra el rock hoy día: dominando plenamente el escenario de la música popular” (USIA, 1995e, 26:01).

## Conclusiones

El relevamiento inicial de algunos episodios del programa enlatado Historia de la música popular de los Estados Unidos, enviados en la década de 1990 a la radioemisora VOA a Radio Universidad, no hace más que evidenciar el ejercicio de un tipo de diplomacia cultural ejercida por EUA donde la música ocupa un rol trascendente. Los mismos fueron enviados durante la expansión de la radioemisora VOA a diferentes radios alrededor del mundo. El acceso a estos materiales fue posible gracias al trabajo de guarda, preservación, catalogación, descripción archivística y accesibilidad que el proyecto de investigación B380/20 realiza en articulación con Radio Universidad- UNLP.

El análisis revela la estrategia de presentar a la cultura americana, auto promocionada de manera positiva, destacando lo exitoso de los diferentes géneros. Hay una ponderación del éxito comercial de artistas mencionados en los programas como método de validación asociando esto a la idea de buen gusto y las buenas costumbres como parte de estas descripciones. En el caso del teatro musical, pareciera haber una intención de posicionar a Broadway como referencia mundial para este tipo de género. A su vez, resaltar lo comercialmente exitosas que fueron las obras de Rodgers y Hammerstein permite ver criterios de autovalidación y legitimación en el uso del *soft power*.

Se observa en el estudio que una de las estrategias utilizadas en los guiones radiofónicos es la de exponer la historia musical basada en los géneros y en las personalidades exitosas que constituyen el *star system*. Esto limita a una historia de los acontecimientos los procesos por los cuales músicas, músicos y públicos construyen sentidos en relación recíproca. Además de la mención de breves biografías de los artistas presentados, se utiliza el recurso de la cita de autoridad de músicos de renombre para fortalecer la valoración positiva de las músicas que se quieren instalar. Muestra de ello son las referencias a Cole Porter en dos de los programas analizados como referencia autorizada en la legitimación de ideas.

Otra constante encontrada en algún momento de todos los programas es la referencia al origen folclórico como sinónimo de autenticidad. Esto deja ver un vínculo posible con las conceptualizaciones sobre el folclore que se dio en las décadas de 1920 y 1930 con los estudios de la etnomusicología, específicamente con la propuesta del norteamericano Alan Lomax. (Filene, 2000). De este modo puede observarse en las enunciaciones del conductor cómo la valoración de la música se asienta en el sustancialismo folklorizante.

Los rasgos observados en este estudio preliminar permiten acercarse a la comprensión de algunos objetivos que, en cuanto a diplomacia musical, tuvieron los programas de la radioemisora VOA. En este caso, el *soft power* de la comunicación radiofónica es utilizado con el objetivo de definir e instalar cuál es la música y quiénes los músicos verdaderamente norteamericanos.



El acercamiento al material relevado es un primer paso para seguir analizando otros archivos de la radioemisora VOA intentando conocer las estrategias y las políticas culturales de EUA que describimos oportunamente. Entendemos que un relevamiento mayor puede dar cuenta de acciones constantes como política cultural específica en este sentido.

### Referencias bibliográficas

- Cannova, M. P. (2016). El interés de la ayuda. Política cultural norteamericana, filantropía e innovación musical en Latinoamérica entre 1960-1970, en Actas de las XVIII Jornadas Argentinas de Musicología y XXII Conferencia de la Asociación Argentina de Musicología, pp. 12-27, Buenos Aires: José I. Weber Editor.
- Cannova, María Paula (2019). La diplomacia musical. Un articulador del capital privado y la política exterior norteamericana, en actas del I Encuentro de reflexión sobre relaciones internacionales, AERIA-UMET, disponible en <https://aeria.com.ar/lencuentro>
- Cannova, María Paula (coordinadora), (2021). Libro de cátedra: Artes Musicales y Audiovisuales. Historias de la pretendida unión hemisférica. Edulp, Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata.
- Cannova, María Paula, Mediaciones tecnológicas: radiofonía, grabaciones, Internet, "Enlatados. La programación radial musical como ejercicio diplomático", en AA.VV. Actas virtuales / Anais virtuais. V Congreso de la Asociación Regional para América Latina y el Caribe de la Sociedad Internacional de Musicología (ARLAC/IMS). Universidad Internacional de Andalucía, 20-22 de abril de 2022. DOI: 10.13140/RG.2.2.23996.10880
- Filene, B. (2000) Romancing the Folk. Public Memory and American Roots Music. North Carolina: University of North Carolina Press.
- Fischerman, Diego (2004). Efecto Beethoven: Complejidad y valor en la música de tradición popular. Editorial Paidós SAICF. Buenos Aires, Argentina.
- Fosler-Lussier, D. (2015). Music in America's Cold War diplomacy. California: University of California Press.
- Nye, J. S. (2004). Soft Power. The Means to Success in World Politics [Poder Blando. La significación del suceso en las políticas del mundo]. Nueva York, Estados Unidos: Public Affairs™
- Ortíz Garza, J.L. (2012) La unidad de las Américas en la propaganda radiofónica de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/256475721\\_La\\_unidad\\_de\\_las\\_Americas\\_en\\_la\\_propaganda\\_radiofonica\\_de\\_Estados\\_Unidos\\_en\\_la\\_Segunda\\_Guerra\\_Mundial](https://www.researchgate.net/publication/256475721_La_unidad_de_las_Americas_en_la_propaganda_radiofonica_de_Estados_Unidos_en_la_Segunda_Guerra_Mundial)
- Rawnsley, G. D. (1996). Radio diplomacy and propaganda: the BBC and VOA in international politics, 1956-64, en: Studies in Diplomacy series. General Editors: G. R. Berridge and John W. Young
- United States Information Agency (1963) Catalogue of Selected Voice of America Programs. Washington D.C: USIA. Disponible en <https://books.google.com.ar/books?id=RhNBz305rboC&lpg=PA4&ots=-91Xlb9lzD&dq=voa%20catalogue%201963&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- USIA (1995a) Historia de la música pop. USA nro.44 [Cassette]. The Voice of America. Archivo sonoro de Radio Universidad Nacional de La Plata
- USIA (1995b) Historia de la música pop. USA nro.45 [Cassette]. The Voice of America. Archivo sonoro de Radio Universidad Nacional de La Plata

- USIA (1995c) Historia de la música pop. USA nro.46 [Cassette]. The Voice of America. Archivo sonoro de Radio Universidad Nacional de La Plata
- USIA (1995d) Historia de la música pop. USA nro.50 [Cassette]. The Voice of America. Archivo sonoro de Radio Universidad Nacional de La Plata
- USIA (1995e) Historia de la música pop. USA nro.51 [Cassette]. The Voice of America. Archivo sonoro de Radio Universidad Nacional de La Plata
- USGAO (1974) Telling America 's Story To The World – Problems And Issues B.718654, United States Information Agency. Washington D.C. Disponible en: <https://www.gao.gov/assets/b-118654-095945.pdf>
- USGAO (1994) OVERSEAS PRESENCE.Staffing at U.S. Diplomatic Posts. Washington D.C. Disponible en: <https://www.gao.gov/assets/nsiad-95-50fs.pdf>