

Big music data y folclore argentino: Music ID como instrumento de análisis del consumo en plataformas digitales¹

***Big Music Data and Argentine Folklore:
Using Music ID to Analyze Consumption on Digital Platforms***

Juliana GUERRERO
julianaguerrero@conicet.gov.ar
Universidad de Buenos Aires / CONICET, Argentina
 <https://orcid.org/0000-0001-9134-6434>

Cita recomendada:

Guerrero, J. (2026). El consumo del folclore musical argentino en el siglo XXI bajo la lupa de una herramienta de *big music data*. *Publicaciones de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales*, 7, e079.
<https://doi.org/10.24215/27187470e079>

Recibido: 11/03/2026 **Aceptado:** 22/05/2026 **Publicado:** 09/09/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0

¹ Este trabajo se realizó en el marco de proyectos financiados por el CONICET (PIP, "Metamorfosis de los archivos sonoros en el entorno virtual", dirigido por Miguel A. García) y la Universidad de Buenos Aires (UBACYT, "Nuevas políticas de almacenamiento y distribución de música en el entorno virtual", dirigido por Juliana Guerrero). Agradezco los comentarios de los integrantes de los grupos de investigación.

RESUMEN

Este trabajo evalúa Music ID, una herramienta de big music data, que recupera consumos musicales globales mediante los rankings históricos del siglo XX y los rankings de plataformas contemporáneas. A través de seis casos emblemáticos del folclore argentino (Los Chalchaleros, Atahualpa Yupanqui, Mercedes Sosa, Los Nocheros, Soledad y El Chaqueño Palavecino) se exponen las ventajas y las limitaciones de las herramientas digitales para estudiar tendencias musicales, destacando la rapidez y alcance de los datos, pero también los problemas de clasificación y precisión. Finalmente, se reflexiona sobre la relación entre el consumo musical y el canon musicológico, sugiriendo que la investigación debe integrar el análisis del consumo musical con los estudios académicos.

PALABRAS CLAVE: big music data, folclore musical, consumo, Argentina, Music ID.

ABSTRACT

This paper evaluates Music ID, a leading music data tool which uses historical rankings from the 20th century and contemporary platform rankings to analyse global music consumption. Through six emblematic cases of Argentine folk music — Los Chalchaleros, Atahualpa Yupanqui, Mercedes Sosa, Los Nocheros, Soledad and El Chaqueño Palavecino — it explores the advantages and limitations of using digital tools to study musical trends. The paper emphasises the speed and scope of the data, as well as issues of classification and accuracy. Ultimately, the paper considers the relationship between music consumption and the musicological canon, proposing that future research should integrate the analysis of music consumption with academic studies.

KEYWORDS: big music data, folk music, consumption, Argentina, Music ID.

1. INTRODUCCIÓN

Desde la década de 1920, la escena del folclore musical argentino experimentó un desarrollo sostenido impulsado por el surgimiento de la industria discográfica en el país, cuya vigencia se extiende hasta la actualidad. Este vínculo entre esta música popular de tradición oral —asociada a las ideas de tradición, patria y nación— y un mercado dinámico y en constante expansión generó una serie de estrategias orientadas a promover su producción, difusión y consumo. Durante el predominio del paradigma analógico —caracterizado por la grabación en disco, la difusión radial y televisiva, y la circulación a través de publicaciones especializadas—, la contabilidad de los datos de consumo era mayoritariamente local y se realizaba mediante métodos manuales a escala humana. Con la llegada de la digitalización y la virtualización del acceso y el consumo, surgieron nuevos instrumentos capaces de procesar volúmenes de información a escalas antes inaccesibles.

El presente trabajo pone a prueba Music ID, una herramienta digital que permite reconstruir tendencias de consumo musical a escala global. Esta plataforma no

solo consolida datos de las terminales de *streaming* actuales, sino que también integra la carga digital de *rankings* históricos del siglo XX, permitiendo una lectura macro de datos que antes se encontraban dispersos. Mediante el rastreo de seis artistas emblemáticos que cuentan con proyección en el mercado exterior, se propone reflexionar sobre el modo en que la *big music data* —como tecnología emergente— permite estudiar el consumo del folclore en el siglo XXI. Los interrogantes que orientan el análisis son los siguientes: ¿qué posiciones han ocupado estos músicos en los *rankings* internacionales?, ¿en qué países se han consumido las grabaciones de estos músicos locales que tuvieron proyección internacional?, ¿cuál ha sido su permanencia en dichas listas?, y ¿qué vigencia tienen los artistas seleccionados en términos de consumo digital?

Estas preguntas se inscriben en un debate más amplio, propio de la musicología: el problema del canon. En el ámbito disciplinar se ha distinguido entre el canon musical —vinculado a la producción y el consumo— y el canon musicológico, conformado por la validación académica y el posicionamiento en el campo científico (Corrado, 2004-2005). Para Joseph Kerman, el canon musicológico “es una idea, determinada por los críticos”, a diferencia del repertorio, que “es un programa de acción determinado por los ejecutantes” (en Corrado, 2004-2005, p. 21). En palabras de Frank Kermode, “el canon indica la manera en que a través de la historia se cristalizaron valores que identifican a la cultura del grupo que representa, y que la maquinaria interpretativa se ocupa de actualizar, de ‘mantener su modernidad’” (en Corrado, 2004-2005, p. 30). El canon musical se manifiesta, entre otros espacios, en las listas de grabaciones más vendidas y escuchadas: formas dispersas y contradictorias de jerarquización sujetas a las condiciones de producción, difusión y consumo en un conjunto social determinado (Corrado, 2004-2005, p. 23). Es posible concebirlo entonces a través del éxito estadístico.

Sin embargo, ese canon musical no siempre ha sido reconocido por el canon musicológico, y el vacío académico en torno al consumo del folclore argentino es una prueba de ello. Este trabajo se propone, precisamente, contribuir a ese diálogo pendiente. En definitiva, este análisis propone una reflexión sobre el consumo musical digital en el campo de las humanidades digitales, e identifica ventajas y limitaciones técnicas de esta herramienta de recuperación de información musical.

1.1. Antecedentes y contexto histórico

Con la llegada de Andrés Chazarreta y su compañía de Arte Nativo a Buenos Aires en 1921, el folclore comenzó su proceso de masificación industrial, como una práctica cultural que, junto a otros géneros musicales, fue protagonista en distintos periodos de la historia de la música popular argentina de los siglos XX y XXI (Carlson, 2013). La conformación de la industria discográfica —a través de la instalación de dos sellos en Buenos Aires (Odeon y Victor)—, el afianzamiento de otras industrias culturales y una tendencia tecnológica y económica de posguerra

que provenía del exterior establecieron una verdadera “fábrica nacional de músicas” (Cañardo, 2017)².

Atravesado por estéticas variadas, discursos políticos enfrentados y formaciones grupales diversas, el folclore se asoció históricamente a las ideas de nación, identidad y tradición, así como a las costumbres y prácticas que conformaron la idiosincrasia argentina (Chamosa, 2012; Díaz, 2009; Guerrero, 2014 y 2024). En muchos casos remitía al campo, el paisaje, el provincialismo y la figura del gaucho, aunque también surgieron expresiones en las que primaban la añoranza, el padecimiento y la denuncia de injusticias. A pesar de coexistir con otras músicas populares vinculadas a temáticas similares, el folclore se mantuvo durante el último siglo como música representativa del ser nacional (Pujol, 2010). En este sentido, al evaluar su consumo tanto en Argentina como en el exterior, puede considerarse una música local que, desde su industrialización adquirió una proyección internacional a través de figuras clave.

Para comprender este escenario es necesario repasar, aunque sea de manera sucinta, algunos hitos de la industria discográfica durante los últimos cien años, desde la segunda década del siglo XX hasta la actualidad.

En primer lugar, el establecimiento de la industria discográfica estuvo vinculado a la circulación de sus producciones a través de diversos medios. El consumo de la producción fonográfica se realizó en el ámbito privado mediante distintos soportes a lo largo de su historia: el disco de acetato, el de vinilo, el casete, el disco compacto y, finalmente, los archivos digitales (Fouce, 2010).

En segundo lugar, la producción fonográfica se difundió a través de los medios de comunicación masivos: la radio, el cine, la televisión e internet. La tecnología radial fue adoptada en Argentina poco después de su aparición en Norteamérica (Carlson, 2013). Junto a ella, la prensa gráfica tuvo un rol central: además de secciones especializadas en diarios de gran tirada —que incluían críticas de novedades fonográficas y cobertura de eventos musicales—, surgieron revistas dedicadas a distintos géneros y escenas. De manera temprana comenzaron a aparecer publicaciones que ofrecían recuentos de ventas y diagnósticos sobre el consumo musical. El caso más emblemático es el de *Billboard*, revista estadounidense fundada en 1894 como semanario publicitario, cuyas listas musicales evolucionaron hasta convertirse en la principal referencia sobre tendencias e innovación en la industria (Anand, 2006).

En tercer lugar, la innovación tecnológica del último cuarto del siglo XX —en particular el paso de la inscripción analógica a la digital— y, ya en la primera década del siglo XXI, la distribución a través de internet mediante plataformas de *streaming*

² Según afirma Marina Cañardo: “El primer boom de producción discográfica a escala mundial se produjo en la década de 1920. La “fiebre del gramófono” se aceleró por la recomposición económica posterior a la Primera Guerra Mundial y se favoreció por las atractivas mejoras en la tecnología de grabación. El fenómeno coincidió con el afianzamiento de otras industrias culturales tales como el cine, la radio y las editoriales, que se desarrollaron gracias a la coyuntura económica favorable hasta la crisis del 29” (2017, pp. 16-17).

transformaron radicalmente el consumo musical (García, 2020; González y García, 2025). Hoy, distintas empresas ofrecen al menos tres tipos de servicios: la venta de archivos de música —tanto digitalizados desde soportes analógicos como de origen digital, como iTunes; la reproducción por *streaming*, como Spotify y YouTube Music; y la identificación de piezas a partir de su reproducción, como Shazam.

Este giro en la difusión y el consumo musical es masivo e internet concentra hoy el mayor volumen de escuchas, aunque convive con prácticas del pasado: el consumo en medios de comunicación tradicionales en el ámbito público y, en el privado, el resurgimiento del vinilo en ciertos sectores o la conservación de soportes analógicos en entornos domésticos. Este fenómeno alcanza también al folclore argentino, cuyas estrategias de producción y difusión en plataformas digitales se han reconfigurado de manera significativa en las últimas décadas (Guerrero, 2025).

Por último, el acceso a la música en internet se amplió a una escala sin precedentes y abrió, con ello, un debate sobre las condiciones actuales de la producción fonográfica como mercancía. Lo que importa destacar aquí es el volumen de información que genera el consumo de música en línea: no solo por la disponibilidad de contenidos para el usuario, sino también por la cantidad de datos que produce el propio acto de escucha (García, 2020; González y García, 2025). A esta nueva dimensión de la *big music data* del consumo musical se dedica la siguiente sección.

1.2. Music ID, una herramienta de *big music data*

El inmenso caudal de datos que surge del consumo de música a través de internet dio lugar al desarrollo de su estudio mediante la Recuperación de Información Musical (MIR, por sus siglas en inglés, *Music Information Retrieval*). Este campo interdisciplinar combina informática, musicología, matemática y ciencias cognitivas para analizar, indexar y buscar información musical a partir de audio, partituras o metadatos (Downie, 2003). Las herramientas creadas para tal fin emplean *big music data* (BMD) para clasificar, utilizar, analizar y crear música: se trata de *softwares* que aplican técnicas informáticas capaces de identificar características muy disímiles, tales como el género musical, el artista, el tempo o la instrumentación de los archivos de audio. A su vez, esto permite desarrollar programas orientados a la recomendación musical, la transcripción automática de música a partituras y la separación de pistas dentro de un archivo de audio, entre otras aplicaciones (Schedl, Gómez y Urbano, 2014).

En el caso particular del estudio de los consumos musicales, existe un servicio denominado Music ID. Consiste en una base de datos que recupera información sobre consumos de *rankings* musicales. Por la cantidad de información que proporciona y el alcance geográfico de sus datos, constituye un material de investigación académica de valor excepcional. Esta herramienta de *big music data* permite analizar el consumo de música en las principales plataformas musicales y evaluar, posteriormente, las ventajas y limitaciones de este tipo de metodología aplicada al folclore argentino.

Para tal fin, en primer lugar, se describen las características principales de Music ID³ y el procedimiento metodológico empleado. En segundo lugar, se presentan parte de los resultados obtenidos a partir del rastreo de seis grupos y músicos solistas representativos de la escena musical folclórica argentina.

Music ID ofrece tres prestaciones diferenciadas. La primera, Music ID Data, “brinda acceso a información actualizada permanentemente, semana a semana, sobre descargas de iTunes, reproducciones de Spotify y Apple Music y búsquedas de Shazam, así como datos contemporáneos e históricos de Billboard, Official Charts Company, GfK y otras empresas” (MusicID, 2024). Su base de datos recoge “5.452 listas diferentes que abarcan 74 países”⁴. La segunda, Music ID Revenue, ofrece “un seguimiento de las grabaciones más taquilleras del mundo en el siglo XXI y a los artistas, sencillos y álbumes más exitosos de los últimos veinte años”. Para la implementación de esta herramienta “el sitio combina 2.283.997 entradas de listas semanales (1.241.770 sobre álbumes y 1.042.227 sobre canciones) de nueve países para calcular las canciones y álbumes mejor posicionados. Aquí se calculan las listas para cada día, mes y año desde el 2000 hasta el 2024”⁵. Por último, Music ID Impact “ofrece una metanarrativa de la historia de la música popular y suministra datos de investigación sobre los mejores artistas, canciones y álbumes de cada año, de cada década”⁶ con registros que se extienden desde 1900 hasta la actualidad.

En el caso de Music ID Data, la búsqueda puede realizarse a partir del nombre de un artista, una canción o un álbum.

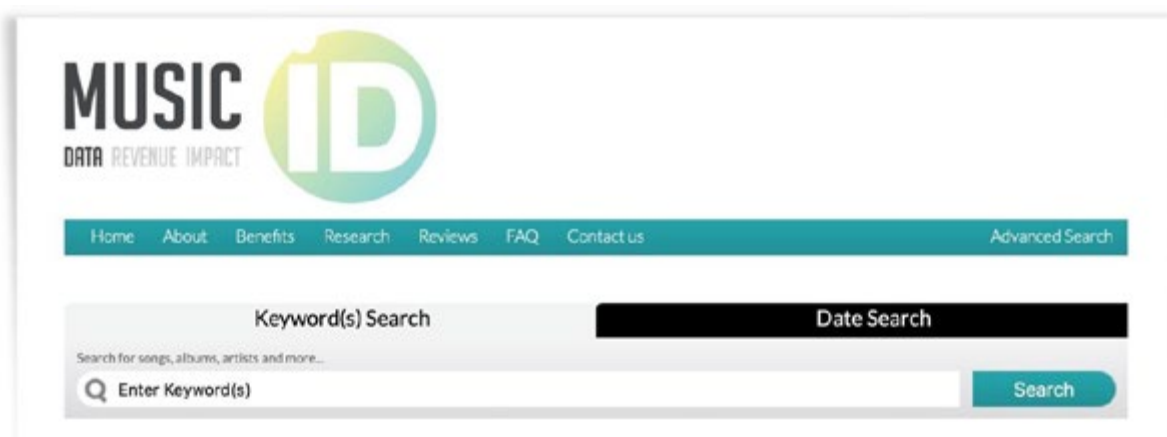


Figura 1. Pantalla de inicio de Music ID data. Fuente: Music ID, 2024.

A partir de allí, los datos registrados incluyen: nombre del artista —ya sea individual o colectivo—, nombre del sencillo o disco, sello discográfico, fecha de la

3 Accesible desde: <https://musicidhub.com>.

4 Music ID. (2024). <https://musicid.academicrightspress.com>.

5 Music ID (2024). <http://revenue.musicid.academicrightspress.com/artists-003.htm>.

6 Music ID (2024). <https://musicid.academicrightspress.com>.

primera aparición en la lista, posición más reciente, posición más alta alcanzada, cantidad de semanas de permanencia, nombre de la lista y el país de ese *ranking*.

METODOLOGÍA

Para poner a prueba la herramienta en cuestión se seleccionaron seis artistas y grupos representativos del folclore argentino con reconocidas trayectorias en la escena. La selección responde a criterios de representatividad histórica, diversidad generacional y variedad de modalidades de inserción en la industria discográfica. Los dos primeros casos —Los Chalchaleros y Atahualpa Yupanqui— corresponden a figuras de mediados del siglo XX cuya producción fue íntegramente analógica y que hoy circula en plataformas digitales a partir de procesos de digitalización. Los dos siguientes —Mercedes Sosa y Los Nocheros— representan, respectivamente, una trayectoria que atravesó la transición entre el soporte analógico y el digital, y un grupo cuya carrera se desarrolló de manera paralela al crecimiento de internet. Los dos últimos —Soledad y Chaqueño Palavecino— permiten analizar fenómenos de consumo con particularidades propias: el primero, la inserción en circuitos internacionales a través de colaboraciones con otros artistas; el segundo, la proyección global de un artista de alcance masivo tardío. A partir de los resultados obtenidos para cada caso, se evaluaron las ventajas y las limitaciones de la herramienta.

2.1. Los Chalchaleros (1948-2002)

Es uno de los grupos emblemáticos del folclore argentino, activo durante poco más de cincuenta años. Desde su fundación a fines de la década de 1940, Los Chalchaleros se caracterizaron por una propuesta de conjunto que conjugaba cuatro voces con acompañamiento de guitarras y bombo legüero, y que ha sido descrita como portadora de “una voz revitalizadora, llena de imágenes y contenidos frescos de autenticidad” (Gravano, 1985, pp. 105-106). Su estilo, “muchas veces criticado (...), pero indiscutiblemente personal y único, imposible de continuar o reelaborar sin riesgo de caer en su lisa imitación” (Gravano, 1985, pp. 106-108), constituye uno de los rasgos más salientes de su identidad sonora.

Su producción, originalmente grabada en soportes analógicos, ha sido digitalizada, tal como evidencian los 97 discos del catálogo de iTunes, los 112 discos disponibles en Spotify, y los 470.000 oyentes mensuales y los 259.000 seguidores registrados en esta plataforma⁷. En relación con esta extensa producción, y a pesar de haberse retirado a comienzos del siglo XXI, la música de Los Chalchaleros se ha mantenido presente en los *rankings* de consumo de 30 países: Argentina, Australia, Bolivia, Bulgaria, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Gran Bretaña, Grecia, Guatemala, Honduras, Hungría, Irlanda, Israel, Japón, Malta, Ni-

⁷ Datos relevados en 2024.

caragua, Panamá, Paraguay, Perú, Polonia, República Dominicana, Rumania, Singapur, Suecia, Estados Unidos, Venezuela y Vietnam.

De acuerdo con los registros de Music ID, entre 2017 y 2024, numerosas composiciones del grupo ocuparon posiciones de entre el puesto 11 y el 194 de las listas argentinas. El siguiente gráfico representa los distintos recorridos que tuvieron 160 de sus obras en los *rankings* del país:

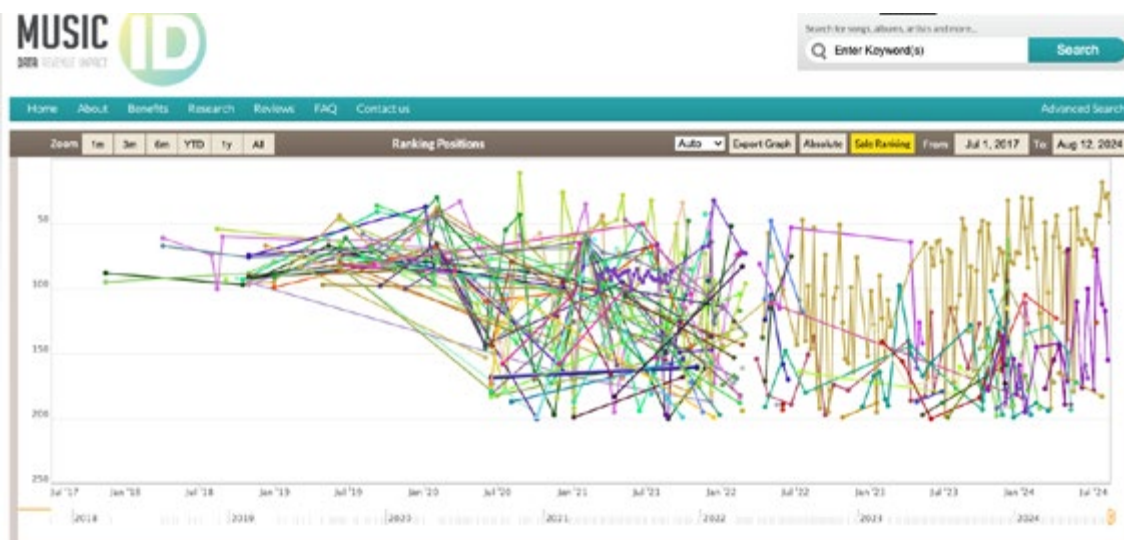


Figura 2. Gráfico de las posiciones en los distintos *rankings* que ocuparon 160 sencillos de Los Chalchalesos entre 2017 y 2024. Fuente: Music ID, 2024.

A continuación, se presenta un extracto de las composiciones ordenadas por la posición más alta alcanzada en los *rankings* de Argentina:

Current Search	Ranking	Artista	Label	First Chart Date	Peak Position	Weeks on Chart	Chart	Country
View chart reception dates								
Artist: Los Chalchalesos								
musicweb								
Bin, Video, Audio Relationship								
Format: Singles								
Country: Argentina								
Australia								
Bolivia								
Bulgaria								
Chile								
Colombia								
Costa Rica								
Dominican Republic								
Ecuador								
El Salvador								
Global								
Great Britain								
Greece								
Guatemala								
		Luna Carilua	Los Chalchalesos	2018-08-13	24	11	31	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Luna Carilua	Los Chalchalesos	2022-04-11	49	18	101	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Zamba del Adiós	Los Chalchalesos	2018-12-21	100	30	17	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Luna Carilua	Los Chalchalesos	2021-03-01	100	32	32	iTunes AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		A Dalia María Rica	Los Chalchalesos	2018-04-02	94	33	21	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		La Cerrillana	Los Chalchalesos	2019-04-05	57	34	15	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		La Cerrillana	Los Chalchalesos	2019-09-09	36	36	4	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Zamba por Vos	Los Chalchalesos	2018-10-29	63	37	8	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		A los Besos que Me Internas	Los Chalchalesos	2018-10-29	98	38	10	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		La Cerrillana	Los Chalchalesos	2017-11-13	197	41	13	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Zamba de Mi Experiencia	Los Chalchalesos	2018-10-15	173	41	9	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Gracias a la Vida	Los Chalchalesos	2019-08-26	42	42	4	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Chacurera de un Solista	Los Chalchalesos	2021-11-22	42	42	1	iTunes AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Zamba por Vos	Los Chalchalesos	2021-11-22	43	43	1	iTunes AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Campanitas	Los Chalchalesos	2018-04-02	97	44	7	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter
		Tierra Querida (Alberto Cortez) [Feat. Alberto Cortez]	Los Chalchalesos	2019-06-10	192	47	4	Apple Music AR Daily Top 200 Singer/Songwriter

Figura 3. Extracto de las primeras composiciones ordenadas por la posición más alta que alcanzaron las obras de Los Chalchalesos en Argentina. Fuente: Music ID, 2024.

Pese a no estar en actividad, su versión de “Luna cautiva” alcanzó el puesto 11 durante más de medio año a partir de 2018 y, desde 2022, se mantuvo en el ranking de Apple Music Top de Argentina durante dos años consecutivos.

2.2. Atahualpa Yupanqui (1908-1992)

Fue un poeta y guitarrista considerado uno de los músicos más influyentes del folclore argentino. Sus composiciones llevan “el profundo mensaje telúrico, cristalizado por sus innumerables viajes y padeceres a lo largo del país” (Gravano, 1985, p. 100). Su obra denuncia las injusticias sociales con plena conciencia política: “La rebeldía del indio sometido, el auténtico horizonte sentimental del campesino, la exacta vindicación del peón de estancia; todo reflejado en el lenguaje puro y rico del pueblo, proyectado hacia la universalidad de la cultura con notable seriedad” (Gravano, 1985, p. 102).

Al consultar Music ID, Yupanqui aparece también en los *rankings* de otros 30 países. En Bélgica, por ejemplo, su canción “La copla” alcanzó el puesto número 4 durante una semana en la lista de éxitos de iTunes BE Daily Top 200 Latino:



Chart	Recording	Artist	Label	First Charted Date	Most Recent Position	Peak Position	Weeks In Chart	Total Stream Count	Chart	Country
	La Copla - Remastered	Atahualpa Yupanqui	Universal Digital Enterprises	2023-02-27	4	4	1		iTunes BE Daily Top 200 Latino	BE

Figura 4. Posición del sencillo “La copla” de Atahualpa Yupanqui en los *rankings* de Bélgica.
Fuente: Music ID, 2024.

Otro caso llamativo es el de Bahrein, país de mayoría arabófona, donde “Preguntan de dónde soy” registró el puesto 165 del *ranking* latino. Cabe señalar, no obstante, una limitación técnica relevante: la fecha de primera aparición en ese *ranking* figura como el 1 de enero de 1998, lo que constituye un error evidente, ya que ese servicio de *streaming* no existía en esa fecha⁸. Este tipo de inconsistencia es uno de los aspectos que se discuten en la sección de conclusiones.

⁸ El servicio de streaming en cuestión (Apple Music) no operaba en 1998, esta fecha suele ser un placeholder (valor por defecto) en bases de datos para registros con metadatos incompletos.

Chart	Recording	Artist	Label	First Charted Date	Most Recent Ranking	Peak Ranking	Weeks In Chart	Total Streams (Weeks)	Chart	Country	Notes
	Preguntan De Dónde Soy - Canción	Atahualpa Yupanqui	Epoca Music	1998-01-01	165	165	0		Apple Music: BH Daily Top 200 Latino	BH	

Figura 5. Posición del sencillo “Preguntan de dónde soy” de Atahualpa Yupanqui en los *rankings* de Bahréin. Fuente: Music ID, 2024.

2.3. Mercedes Sosa (1935-2009)

Considerada una de las artistas más reconocidas del folclore argentino, Mercedes Sosa fue descripta como la “mujer en cuya voz se eleva la imagen y el símbolo de la América india, mestiza, trabajadora” (Gravano, 1985, p. 159). Entre los estudios que abordan su trayectoria, se destaca el de Leonardo Waisman (2018) sobre su práctica vocal, en el que concluye que “ella no era el vehículo de una música ajena: la música era el vehículo para que Mercedes llegara al público” (p. 18).

La presencia de Mercedes Sosa es la más extensa del folclore argentino en los *rankings* relevados por Music ID: sus interpretaciones aparecen en listas de 77 países, con posiciones dentro de los primeros 200 puestos en todos los continentes. Dieciséis años después de su muerte, su proyección sigue siendo global. En Polonia, por ejemplo, no sólo encabezó el *ranking* latino y el *ranking* mundial, sino que también alcanzó al puesto número 59 de la lista general de iTunes de ese país, que comprende todos los géneros musicales:

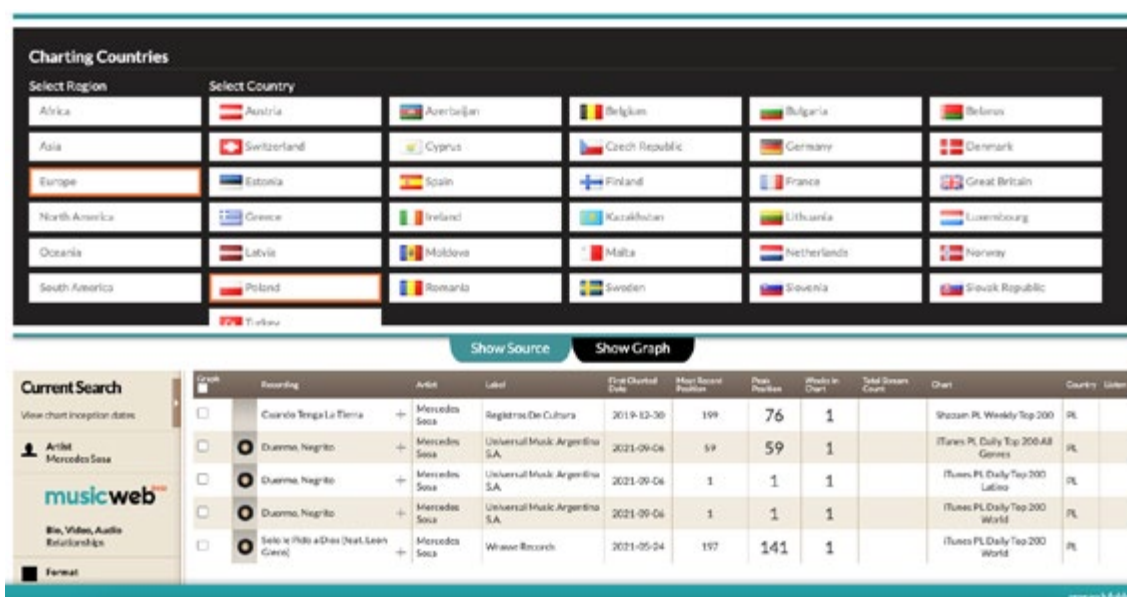


Figura 6. Posiciones de los sencillos de Mercedes Sosa en las listas de Polonia. Fuente: Music ID, 2024.

Su interpretación de “Gracias a la vida” aparece en los cinco primeros puestos de los *rankings* Top 200 mundiales de Honduras, Guatemala, Paraguay, Bélgica —con más de 91 semanas de permanencia—, Brasil, Portugal, Costa Rica, Suiza, Nicaragua, El Salvador, México, República Dominicana e Israel.

2.4. Los Nocheros (1986-)

A diferencia de los casos anteriores, Los Nocheros son un grupo cuya carrera profesional comenzó a fines del siglo XX y que permanece en actividad. Su salto a la masividad y profesionalización plena coincidió con la transición digital⁹ y sus procesos de profesionalización, reconocimiento y éxito se desarrollaron de manera paralela al crecimiento de internet, las redes sociales, y las plataformas de *streaming*. Pertenecientes al fenómeno que la prensa denominó “folklore joven” (Guerrero, 2024), el grupo saltó a la fama a partir del premio Consagración del Festival Nacional de Folclore de Cosquín en 1994¹⁰.

Según los datos de Music ID, en Bolivia dos de sus composiciones se mantuvieron en el primer puesto de dos listas —Apple Music BO Daily Top 200 y iTunes Bo Daily

9 Los sistemas de inscripción sonora se mantuvieron y aún se mantienen de manera simultánea. Si bien en la década de 1990 comenzaron en Argentina a producirse discos compactos, por estrategias comerciales, se editaron al mismo tiempo esos mismos títulos en casetes, puesto que en el consumo el cambio de un sistema analógico a uno digital fue paulatino.

10 En el ámbito del folclore, este festival se reconoce como uno de los más importantes para el género por su historia, escenario de presentación y consagración de los artistas y trascendencia mediática.

Top World— durante 108 y 102 semanas respectivamente. Esto equivale a más de dos años consecutivos en lo más alto de esos *rankings*:

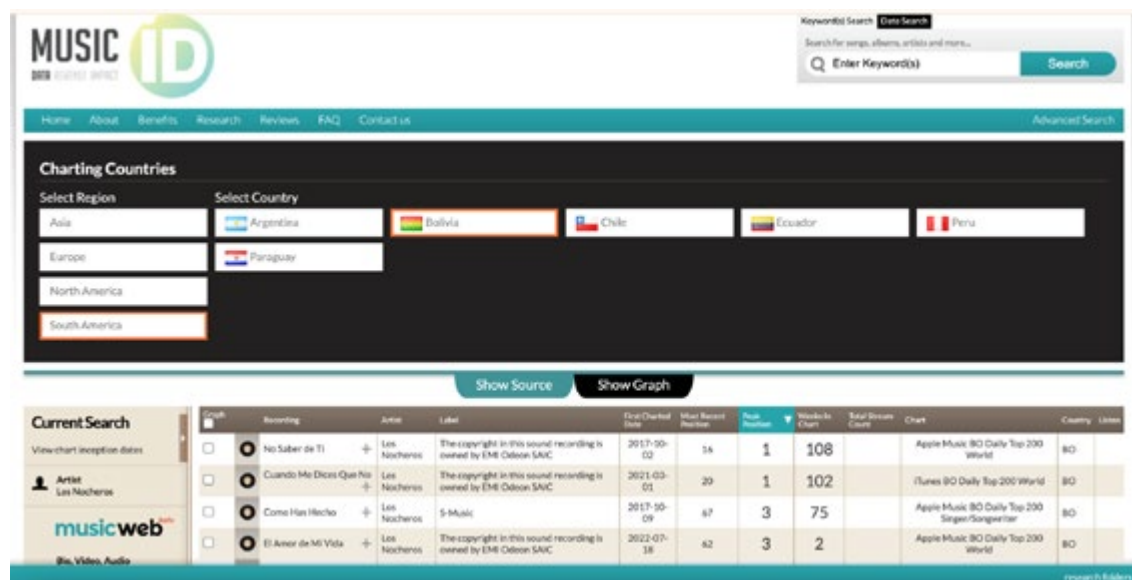


Figura 7. Posiciones de los sencillos de Los Nocheros en las listas de Bolivia.
Fuente: Music ID, 2024.

Las composiciones que lideraron en Bolivia fueron “No saber de ti” y “Cuando me dices que no”, mientras “Pretenciosa” y “El amor de mi vida” sobresalen en Paraguay, y “El amor es un viento que regresa” en Argentina.

2.5. Soledad (1980-)

Soledad Pastorutti, el *huracán de Arequito*, según la denominó la prensa a mediados de la década de 1990, irrumpió en la escena del folclore a fines del siglo XX y continúa siendo una figura de primer orden: actualmente registra dos millones y medio de oyentes de Spotify. Su trayectoria es representativa del fenómeno del “folclore joven” y ha sido analizada en estudios específicos sobre ese período (Guerrero, 2024; 2025).

Su canción “Tren del cielo” ocupó el puesto 5 en el Top 20 de Argentina en noviembre de 2001, convirtiéndola en la única representante del folclore que ese año ingresó al top 10 de los registros más escuchados en el país, en competencia con artistas de otros géneros, tanto argentinos como internacionales:

Chart	Recording	Artist	Label	First Chart Date	Position	Previous Position	Peak Position	Weeks In Chart	Streams Count	Listen
☐	0 Suerte	Shakira	none	30 Jan 2010	1	1	1	9		
☐	0 HERO	Enrique Iglesias	none	29 Sep 2001	2	2	2	9		
☐	0 DROWNING	Backstreet Boys	none	27 Oct 2001	3	4	3	3		
☐	0 Amor Amor Amor	Luis Miguel	none	13 Oct 2001	4	3	3	5		
☐	0 Tren Del Cielo	Soledad	none	21 Oct 2001	5	5	5	4		
☐	0 Dig In	Lenny Kravitz	none	17 Nov 2001	6	6	3	7		
☐	0 I'M A SLAVE 4 U	Britney Spears	none	24 Nov 2001	7	7	4	7		
☐	0 YOU ROCK MY WORLD	Michael Jackson	none	08 Sep 2001	8	8	3	10		
☐	0 Todos Tenemos Un Amor	La Mosca	none	29 Sep 2001	9	10	5	7		
☐	0 Yo Queria	Cristian	none	29 Sep 2001	10	9	7	11		

Figura 8. Posición en quinto lugar de “Tren del Cielo” en el chart Argentina Top 20, en noviembre de 2001. Fuente: Music ID, 2024.

Es también la única artista del corpus analizado cuyo álbum *Raíz* — junto a Lila Downs y Niña Pastori en 2014— ingresó a las listas *Billboard Top Latin Albums* y *Billboard Latin Pop Albums* de Estados Unidos, ubicándose en el puesto 6 como posición más alta durante tres semanas.

2.6. Chaqueño Palavecino (1959-)

El último caso es el de Oscar Esperanza Palavecino, conocido como el “Chaqueño Palavecino”. Su trayectoria musical se inició en 1984, aunque su reconocimiento masivo llegó aproximadamente dos décadas después. Al igual que Los Chalchaleros, Atahualpa Yupanqui y Mercedes Sosa, su inclusión en el corpus permite observar cómo el folclore argentino sigue siendo consumido a miles de kilómetros de su lugar de producción. En marzo de 2022, cuatro de sus obras alcanzaron las posiciones segunda, tercera, cuarta y sexta en la lista de cantante/compositor de iTunes en Turquía, compartiendo el top 10 con Melike Şahin (cantautora turca), Sergio Galleguillo y los amigos (solista folclórico argentino), Hozier (cantante irlandés) y Tom Odell (cantante británico):

Chart	Recording	Artist	Label	First Chart Date	Position	Previous Position	Peak Position	Weeks In Chart	Streams Count	Listen
☐	0 Nair	Melike Şahin	Oliva Bebe Records & Gölbaba Records	01 Mar 2021	1	7	1	120		
☐	0 La Sin Corazón	Chaqueño Palavecino	Distribuidora Belgrano Norte S.R.L.	07 Mar 2022	2	-	2	1		
☐	0 El Dedo en la Uña	Chaqueño Palavecino	Distribuidora Belgrano Norte S.R.L.	07 Mar 2022	3	-	3	1		
☐	0 Que Me Chifles Tú	Chaqueño Palavecino	Distribuidora Belgrano Norte S.R.L.	07 Mar 2022	4	-	4	1		
☐	0 La Villería	Sergio Galleguillo Y Los Amigos	Distribuidora Belgrano Norte S.R.L.	07 Mar 2022	5	-	5	1		
☐	0 Copla Mi Vie	Chaqueño Palavecino	Distribuidora Belgrano Norte S.R.L.	07 Mar 2022	6	-	6	1		
☐	0 Öpsem Lâzım	Melike Şahin	Oliva Bebe Records & Gölbaba Records	01 Mar 2021	7	143	5	11		
☐	0 Take Me To Church	Hozier	Rubyrworks Limited, under assignment to Island Records, a division of Universal Music Operations Limited	22 Mar 2021	8	19	1	80		
☐	0 Another Love (Gwetta Edit)	Tom Odell	Sony Music Entertainment UK Limited	01 Mar 2021	9	2	1	80		
☐	0 Another Love	Tom Odell	Sony Music Entertainment UK Limited	01 Mar 2021	10	3	1	117		

Figura 9. Listado de los Top 10 del iTunes TR Daily Top 200, de Turquía, en marzo de 2022. Fuente: Music ID, 2024.

Como en los demás casos analizados, la distancia geográfica y la diferencia cultural —incluida la barrera idiomática— no constituyen un obstáculo para que el folclore argentino alcance las primeras posiciones en mercados muy alejados de su contexto de producción.

3. CONCLUSIONES

Luego de la puesta a prueba de esta herramienta de *big music data*, se proponen tres reflexiones en torno a los resultados obtenidos.

La primera es de índole histórica. Tal como se describió al comienzo de este trabajo, el folclore argentino atravesó distintas etapas de la industria discográfica, los medios masivos y la industria cultural. Sin embargo, no es posible reconstruir con precisión el consumo musical del siglo XX, ya que no se conservan fuentes que brinden esa información de manera sistemática: sólo se cuenta con registros parciales de estaciones y programas radiales, escasos datos de los sellos discográficos nacionales y algunos testimonios cualitativos dispersos en la prensa especializada de diversas épocas. Fue a partir de la transformación que generó internet en el mundo de la música que comenzaron a producirse datos sobre el consumo de música argentina a escala mundial. El volumen de esa información, su recuento a través de plataformas y su clasificación y jerarquización generadas por parte de distintas empresas constituyen insumos clave para determinadas investigaciones.

La segunda reflexión se desprende del análisis del *corpus* a través de Music ID e implica identificar las ventajas y las limitaciones de las herramientas de *big music data*. Entre las ventajas se destacan: 1) la posibilidad de acceder a una cantidad de información que excede cualquier procesamiento de dimensiones humanas, 2) la rapidez y agilidad en la búsqueda y recuperación de datos, incomparable con otras metodologías de análisis y, 3) la actualización constante de los datos que permite disponer de información reciente sobre el consumo musical. Este tipo de acceso resulta valioso no sólo para estudios de mercado, sino también para comprender la inserción y la vigencia de los artistas en la escena global.

Entre las limitaciones, en cambio, se advierten: 1) la ausencia de un vocabulario controlado, que genera entradas duplicadas o inconsistentes para un mismo artista, álbum o composición, 2) la presencia de problemas técnicos de interoperabilidad, dado que los archivos pueden poseer metadatos incompletos y los métodos de extracción de características varían entre *softwares*, afectando la consistencia de los resultados, 3) la aparición de incoherencias en algunas búsquedas —como el caso de fechas de *ranking* anteriores a la existencia misma del servicio, señalado en el caso de Bahrein—, 4) la dificultad para realizar búsquedas no dirigidas o navegaciones por jerarquía de *ranking*, dado que el motor de búsqueda está indexado primordialmente por metadatos de artista, álbum o sencillo, y 5) la reproducción de errores de clasificación, catalogación y datado

que provienen de la propia industria musical. En síntesis, las limitaciones fundamentales están vinculadas a la calidad de los datos y a los problemas históricos de información incompleta o incorrecta.

Estas limitaciones no son exclusivas de Music ID. En un trabajo de referencia sobre el tema, Stephen Cottrell (2018) examinó las relaciones entre MIR, *big music data* y musicología, y señaló que MIR sigue siendo un campo poco reconocido dentro de la comunidad académica. Entre los problemas que identificó se encuentran algunos coincidentes con los aquí detectados: las interfaces de los *softwares* MIR suelen no ser de fácil uso, tienden a estar diseñadas a medida para resolver consultas concretas y no están pensadas para abordar otras cuestiones; persisten además problemas vinculados al formato analógico de muchos archivos y a las discrepancias en los metadatos. Cottrell planteó que se trata, en último término, de un problema más intelectual que técnico. Coincidiendo con esa lectura, puede afirmarse que, si bien el avance tecnológico es rápido, aún queda un camino considerable por recorrer, y resultaría fundamental que las investigaciones en MIR y en estudios musicológicos se desarrollaran de manera mancomunada.

Cabe mencionar que Music ID ha sido empleado en otras investigaciones. Mauch et al. (2015) lo utilizaron para analizar la lista *Billboard Hot 100* de EE. UU. entre 1960 y 2010 a partir del estudio de aproximadamente 17.000 grabaciones con herramientas de MIR y minería de texto, los autores identificaron tendencias cuantitativas en las propiedades armónicas y tímbricas de la música popular. Otro caso es el de Kathryn Straker (2021), quien sostuvo que en la década de 1960 las bandas sonoras de películas superaron las ventas de los Beatles. Ambos trabajos ilustran el potencial analítico de la herramienta, aunque también evidencian un riesgo metodológico: la tendencia a presentar los datos como evidencia directa, sin atender a las limitaciones y errores que pueden afectar los resultados. La fetichización del dato cuantitativo —en detrimento de una lectura crítica de sus condiciones de producción— es una de las trampas que el uso de estas herramientas puede propiciar.

La tercera reflexión concierne al cruce entre las humanidades digitales y la musicología, y retoma la pregunta planteada en la introducción: ¿cómo operan las herramientas de *big music data* en relación con el canon musicológico? Los intentos por reconstruir el canon musical —vinculado fundamentalmente a la producción y el consumo—, han tropezado históricamente con dificultades metodológicas: los datos disponibles son incompletos, parciales y sesgados. El canon musicológico, en cambio, se ha ido configurando según el valor y la importancia atribuidos a ciertas músicas por sobre otras, en otras palabras, se ha conformado entre otros factores, por la validación académica y el posicionamiento en el campo científico¹¹.

11 Omar Corrado, sobre el canon musicológico, afirma: “Los espacios institucionales son decisivos en la conformación y perpetuación de las normas y los valores que presiden el canon” (2004-2005, p. 24).

La historia de la tecnología y las transformaciones en la producción y difusión son, en este sentido, fundamentales para evaluar cambios en el canon musical. La disposición que pretendían establecer los *rankings* de ventas y consumo en un mundo analógico —o como diría Byung-Chul Han (2021), “el orden terreno, el orden de la tierra, [que] se compone de cosas que adquieren una forma duradera y crean un entorno estable donde habitar”— remitía a una escala humana y acotada en tiempo y espacio. Han advierte que hoy:

[N]os encontramos en la transición de la era de las cosas a la era de las no-cosas. Es la información, no las cosas, la que determina el mundo en que vivimos. Ya no habitamos la tierra y el cielo, sino Google Earth y la nube. El mundo se torna cada vez más intangible, nublado y espectral. Nada es sólido y tangible (Han, 2021).

Esta *desmaterialización* de la música en datos puros parece haber validado la advertencia que, ya a comienzos del siglo XXI, planteaba Omar Corrado (2004-2005) sobre la web como una “vertiginosa máquina virtual de descanonización, o más bien de aplanamiento y por consiguiente de a-canonización” (Corrado, 2004-2005, p. 31). En la era de las “no-cosas”, el flujo incesante de información tiende a disolver las jerarquías tradicionales. No obstante, las herramientas de MIR demuestran que, ante ese aparente caos, es posible proponer nuevos órdenes: clasificar y jerarquizar esa cantidad de información —espectral e intangible— para volverla analizable. Las herramientas de *big music data* resuelven en muy poco tiempo búsquedas, clasificaciones e identificaciones que ningún procesamiento manual podría abordar.

Es evidente que los *rankings* de músicas más escuchadas y vendidas conforman un canon musical que no siempre ha sido reconocido por el canon musicológico. El escaso desarrollo académico en torno a este tema —al menos en el ámbito del folclore argentino— es una prueba de ello. Para tender un puente entre ambos cánones, será necesario comenzar por discutir el valor de esta producción y el significado de su consumo.

En síntesis, la historia del folclore musical argentino no puede pensarse sin la presencia de una industria discográfica, los medios masivos, las plataformas de música y las redes sociales. Dentro de los servicios que la industria genera, existen algunos —como Music ID— que ofrecen recursos de *big music data* con distintos fines, entre los cuales la investigación musicológica no debería estar ausente. Como se ha podido comprobar, las herramientas actuales con todas sus limitaciones resultan indispensables para establecer nuevas hipótesis sobre la historia del consumo del folclore argentino.

REFERENCIAS

- Anand, N. (2006). Charting the Music Business: *Billboard* Magazine and the Development of the Commercial Music Field. En J. Lampel, J. Shamsie y T. Lant (Eds.), *The business of Culture: Strategic Perspectives on Entertainment and Media* (pp. 139-154). Taylor & Francis.
- Cañardo, M. (2017). *Fábricas de músicas. Comienzos de la industria discográfica en la Argentina (1919–1930)*. Gourmet Musical Ediciones.
- Carlson, J. R. (2013). ¿Una modernidad primitiva? Andrés Chazarreta, el folklore argentino y los medios masivos de comunicación. *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*, IV(9), 128-135.
- Corrado, O. (2005). Canon, hegemonía y experiencia estética: algunas reflexiones. *Revista Argentina de Musicología*, (5–6), 17-44.
- Cottrell, S. (2018). Big music data, musicology, and the study of recorded music: Three case studies. *The Musical Quarterly*, 101(2-3), 216-243.
- Chamosa, O. (2012). *Breve historia del folclore argentino (1920–1970): Identidad, política y nación*. Edhasa.
- Díaz, C. (2009). *Variaciones sobre el ser nacional: una aproximación sociodiscurso al folklore argentino*. Ediciones Recovecos.
- Downie, J. S. (2003). Music Information Retrieval. *Annual Review of Information Science and Technology*, 37, 295-340. <https://doi.org/10.1002/aris.1440370108>
- Fouce-Rodríguez, H. (2010). De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha. *Comunicar*, XVII(34), 65-72.
- García, M. A. (2020). Todo es archivo en la web. Reflexiones en torno a la búsqueda y descarga de música. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 31, e71837. <https://doi.org/10.5209/cdmu.71837>
- González, D. A. y García, M. A. (2025). Como fluye (o deja de fluir) el sonido en las redes. Administradores, nichos y tecnologías. *TRANS – Revista Transcultural de Música*, 29, 1-31.
- Guerrero, J. (2014). Medio siglo de ambigüedad: el problema terminológico-conceptual de la “música de proyección folclórica” argentina. *RUNA, Archivo para las Ciencias del Hombre*, 35(2), 51-66.
- Guerrero, J. (2024). El fin de la historia del siglo XX del folklore musical argentino: el surgimiento del folklore joven. *Impossibilia. Revista Internacional de Estudios Literarios*, (28), 81-97. <https://doi.org/10.30827/impossibilia.282024.30619>
- Guerrero, J. (2025). Añoranzas en tiempos de Tecnoceno: estrategias de producción y difusión del folclore joven argentino en el siglo XXI. *Resonancias*, 29(57), 195-216. <http://doi.org/10.7764/res.2025.57.10>

- Gravano, A. (1985). *El silencio y la porfía*. Corregidor.
- Han, B-C. (2021). *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. (Trad. J. Chamorro Mielke). Taurus. (Trabajo original publicado en 2021).
- Mauch, M., MacCallum, R. M., Levy, M. y Leroi, A. M. (2015). The Evolution of Popular Music: USA 1960–2010. *Royal Society Open Science*, 2(5), 150081. <https://doi.org/10.1098/rsos.150081>
- Pujol, S. (2013). *Cien años de música argentina: desde 1910 a nuestros días*. Biblos.
- Schedl, M., Gómez, E. y Urbano, J. (2014). Music Information Retrieval: Recent Developments and Applications. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 8(2-3), 127-261. <https://doi.org/10.1561/1500000042>
- Straker, K. (29 de enero de 2021). *Beatles vs. Musicals: The battle for year-end supremacy in the 1960s*. [Entrada de blog]. Music ID Community. <https://musicidcommunity.hcommons.org/2021/01/29/beatles-vs-musicals-the-battle-for-year-end-supremacy-in-the-1960s/>
- Waisman, L. (23-26 de agosto de 2018). *El canto de Mercedes Sosa* [presentación en conferencia]. XXIII Conferencia de la Asociación Argentina de Musicología. Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.