



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Hormigos, Jaime

Distribución musical en la sociedad de consumo: La creación de identidades culturales a través del
sonido

Comunicar, vol. XVII, núm. 34, 2010, pp. 91-98

Grupo Comunicar

Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15812481011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

● Jaime Hormigos
Madrid (España)

Solicitado: 10-07-08 / Recibido: 16-09-09

Aceptado: 28-10-09 / Publicado: 01-03-10

DOI:10.3916/C34-2010-02-09

Distribución musical en la sociedad de consumo

La creación de identidades culturales a través del sonido

Music Distribution in the Consumer Society: the Creation of Cultural
Identities Through Sound

RESUMEN

Los seres humanos estamos condicionados, en una medida imposible de estimar, por los supuestos de la cultura en que vivimos, y ésta nos impone modos de pensar y de percibir, hábitos, costumbres y usos. La música como forma de expresión cultural siempre ha tenido un papel muy importante en la construcción social de la realidad, es un arte cuyo desarrollo va unido a las condiciones económicas, sociales e históricas de cada sociedad. El presente artículo analiza el papel que tiene la música dentro del universo simbólico de la cultura contemporánea. Para ello centra su estudio en describir cómo nuestra sociedad ha generado multitud de sonidos que se distribuyen libremente a través de los canales establecidos por las nuevas tecnologías permitiendo establecer, a través del proceso de comunicación musical, múltiples identidades culturales que son incapaces de ordenar el discurso musical actual y extraer de él lo que de novedoso pueda presentar. Para ello se analizan los profundos cambios estructurales y simbólicos que está sufriendo la música en la sociedad de consumo y que hacen necesario fijar un nuevo paradigma para su análisis que permita estructurar la diversidad de sonidos de nuestra época, analizar su creación, distribución y consumo. Finalmente, el artículo concluye desarrollando la idea de que hoy, debido al contacto continuo con el hecho musical que se produce en la sociedad contemporánea, ha cambiado nuestra forma de percibir la música; nos hemos acostumbrado a apreciarla como una fuente de placer efímero, a percibirla más como una satisfacción inofensiva que como una necesidad vital.

ABSTRACT

Our behavior is determined by the characteristics of the culture in which we live. Culture imposes on us ways of thinking and perceiving, habits, customs and usages. Music is a form of cultural expression that has a very important role in the social construction of reality. Music has always accompanied man, is one of the oldest rituals of human kind. No one knows exactly how and why the man has started to make music but the music has been a means of perceiving the world, a powerful instrument of knowledge. Traditionally, creation and distribution of music has been tied to the need to communicate feelings and experiences that can not be expressed through common language. This paper describes how our society has generated a multitude of sounds that are distributed freely through the new technologies. This set of sounds is creating cultural identities that are unable to manage his current music and understand their communicative speech. To this end, the paper examines the profound changes that music is experiencing in a consumer society. These changes make it necessary to establish a new paradigm for analysis that allows structuring the diversity of sounds, analyzing their creation, distribution and consumption. Finally, the paper states that permanent contact with the music changes the way we perceive sounds. In contemporary society, music has gone from being a vital need to become an instrument of consumption. This has led to significant changes in their functions, significance and social use.

PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Música, comunicación, producción musical, distribución musical, discurso sonoro, identidad cultural, sociedad de consumo.
Music, communication, music production, music distribution, speech sound, cultural identity, consumer society.

◆ Dr. Jaime Hormigos-Ruiz es profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos en Madrid (Spain) (jaime.hormigos@urjc.es).

1. Introducción

El objetivo de este artículo, que forma parte de una investigación más amplia sobre el tema, es determinar las características que definen a la música actual como un fenómeno social. Social porque para su comprensión es necesario hacer un análisis de los usos y funciones que presenta en la actualidad, y este análisis solo es posible desde una relación entre el hecho musical y las características de la sociedad que lo crea o lo interpreta; y social por que la necesidad de producir y escuchar música se manifiesta como una de las actividades fundamentales del ser humano. Este proyecto pretende, por un lado, enlazar el análisis de la música en la sociedad con la importancia que siempre ha tenido el sonido en el universo de la comunicación para, de esta forma, establecer en el tercer apartado un análisis del papel que tiene la música en relación con la evolución de la sociedad actual, destacando el crecimiento y desarrollo del mercado musical actual, analizando las audiencias y el perfil del individuo que consume hoy música, así como la unión entre la estructura de la música y la construcción del universo simbólico. Por lo tanto, el objetivo principal que perseguimos es enlazar el análisis del consumo y la creación musical actual con la estructura del sentir propia de nuestro tiempo.

2. La importancia de la música en la sociedad

La música siempre ha acompañado al hombre, es uno de los rituales más antiguos de la especie humana que refleja y expresa nuestras emociones, pasiones y sentimientos (Glowacka Pitet, 2004). No se sabe muy bien cómo y por qué el hombre comenzó a hacer música pero sí está claro que la música es un medio para percibir el mundo, un potente instrumento de conocimiento. Es el lenguaje que está más allá del lenguaje ya que tradicionalmente ha ido ligado a la necesidad del hombre de comunicar sentimientos y vivencias que no se pueden expresar por medio del lenguaje común. Su poder comunicativo radica en que puede hablarnos de todo sin decir nada, ya que no es preciso que sea portadora de palabras o que éstas sean inteligibles para que haga referencia a un mundo infinito de significados que pueden variar con cada nueva interpretación. No hay vida cotidiana sin música, las diferentes culturas han logrado ordenar el ruido y crear melodías, ritmos y canciones que han desempeñado un papel trascendental en el desarrollo de la humanidad, desde los cantos de los pueblos primitivos hasta los ritmos más urbanos como el rock, el jazz o el blues han tenido una repercusión muy importante en el desarrollo de la sociedad (Hormigos, 2008). Por tanto, partimos de la

idea de que la música se ha dotado desde un principio de una carga inherente de sociabilidad, es expresión de la vida interior, expresión de los sentimientos, pero a su vez exige por parte de quienes la escuchan, receptividad y conocimiento del estilo de que se trate, además de conocimiento de la sociedad en la que se crea, ya que cada obra musical es un conjunto de signos, inventados durante la ejecución y dictados por las necesidades del contexto social. Si desligamos a la obra de la sociedad que la creó los signos musicales tendrán sentidos distintos.

La música constituye un hecho social innegable, presenta mil engranajes de carácter social, se inserta profundamente en la colectividad humana, recibe múltiples estímulos ambientales y crea, a su vez, nuevas relaciones entre los hombres (Fubini, 2001). Las canciones y melodías que llevamos dentro de nuestro equipaje cultural implican determinadas ideas, significaciones, valores y funciones que relacionan íntimamente a los sonidos con el tejido cultural que los produce. Históricamente, la música siempre se ha destinado a un determinado público al que se concebía como grupo social con unos gustos determinados que difieren en función de la sociedad donde nos encontremos. Así, podemos ver como en las prácticas musicales propias de nuestra cultura contemporánea no sólo quedan reflejados símbolos y valores, sino también las pautas de estratificación social, las características tecnológicas de nuestro tiempo y la creciente influencia de los medios de producción.

Por tanto, diremos que la música tiene un papel muy importante en nuestra sociedad en cuanto a manifestación cultural, es comunicación entre los individuos, refleja la cultura de la cual forma parte. El hombre se expresa a través de formas culturales; en el caso de la música utiliza además un lenguaje especializado, diferenciado del cotidiano, que plantea como tal varios niveles de entendimiento y nos permite advertir la extensión del dialogismo en la cultura moderna, y también la importancia del ingrediente pasional, junto a sus dimensiones cognitiva y contractual. Simboliza el dinamismo general de los sentimientos y contiene las estructuras más abstractas de las emociones. La música construye nuestro sentido de la identidad mediante las experiencias directas que ofrece del cuerpo, el tiempo y la sociabilidad, experiencias que nos permiten situarnos en relatos culturales imaginativos (Frith, 2003). A la hora de comprender el hecho musical, de recoger un mensaje de las notas que nacen de un instrumento musical o de percibir el sentido de una canción, debemos ser conscientes de que las interacciones que se producen entre los sonidos y los individuos son

el resultado de respuestas aprendidas, pautas personales y patrones culturales, de ahí que una misma canción pueda ser interpretada de distinta forma dependiendo de las características culturales de quien la percibe.

Las estructuras musicales surgen de patrones culturales concretos, de ahí que cada sociedad clasifique los sonidos de acuerdo con la funcionalidad que cumplen, así encontramos música creada para el baile, para el deleite de los sentidos, música ligera, culta, religiosa, música de consumo, etc. Todas las funciones de la música son determinadas por la sociedad, por tanto, podemos decir que únicamente conoceremos la música y los movimientos sociales que hay en torno a ella, si conocemos el trasfondo cultural en el que se crea,

ya que cada cultura musical está compuesta de sus propias peculiaridades, y tiene establecidos procedimientos concretos para validar la música, para desplazar los límites de lo que se incluye y lo que se excluye como parte de un género o para crear etiquetas que ayuden a la interpretación y clasificación del sonido. Desde esta perspectiva el interés por el producto musical en sí se pierde, cobrando, en su lugar, especial relevancia el análisis de

los aspectos dinámicos de la cultura que influyen en la composición musical. Así se presta especial atención al análisis de determinados aspectos extramusicales (función, simbolismo, cambio de actitudes y valores, enculturación, etc.) que se vuelven imprescindibles para comprender el universo sonoro contemporáneo.

Ahora bien, en la sociedad actual es muy difícil determinar el verdadero puesto que ocupa la música en el mundo de la cultura. Sobre todo por el auge de la cultura de masas que ha tendido a producir una masificación de la música en torno a diversos géneros, muchos de ellos con mensajes repetitivos, carentes de valor estético o artístico. Además se ha producido una visión equivocada sobre la función que cumple la música dentro de nuestro universo cultural. Se la tiende a unir demasiado al mundo del consumo olvidando que está mucho más cercana al mundo de la cultura. Esto ha generado una falsa visión sobre la idea de que la necesidad del hombre de escuchar música obedece más a una mera actividad de ocio o consumo que a una actividad cultural perdiéndose, de este modo, el interés social por la música más allá de la visión que la

convierte en mercancía de intercambio dentro de la moderna sociedad de consumo olvidando que junto a esa dimensión consumista a la que se ha expuesto hoy la música sigue existiendo una dimensión cultural fundamental que es la que dotará de sentido al hecho musical. La importancia de la música no debe medirse tanto por el beneficio que reporta su comercialización, sino por cómo se crea y construye una experiencia vital en torno a ella, que sólo podemos comprender si asumimos una identidad, tanto subjetiva como colectiva, con la cultura musical del momento.

La música de la sociedad contemporánea no aparece de repente sino que se ha construido históricamente, se mantiene socialmente y se crea y experimenta individualmente. Por tanto, para entender mejor

No hay vida cotidiana sin música, las diferentes culturas han logrado ordenar el ruido y crear melodías, ritmos y canciones que han desempeñado un papel trascendental en el desarrollo de la humanidad, desde los cantos de los pueblos primitivos hasta los ritmos más urbanos como el rock, el jazz o el blues han tenido una repercusión muy importante en el desarrollo de la sociedad.

el papel que juega la música en nuestra sociedad deberemos fijarnos en los aspectos dinámicos de la cultura, ya que va a ser aquí donde encontraremos aspectos extramusicales que son imprescindibles para comprender el universo sonoro. La cultura es la que dota de una función específica a la melodía, la que establece los lugares para su interpretación, la que convierte una canción en un símbolo, la que marca actitudes y valores, etc. Cada época nos ha dado un lenguaje musical determinado, que nos hemos encargado de transformar de acuerdo con las normas y valores que imperan en nuestra sociedad. Esa música, que está dotada de unas características culturales determinadas, será percibida en función de los criterios individuales de cada cual. Por tanto, es necesario identificar cómo hace y percibe música el individuo, identificar la conexión de la música con el resto del comportamiento humano.

El significado de la música no se encuentra sólo en el texto, es decir, en la obra musical, sino en la «performance», en la puesta en escena de la música a través de la actividad cultural-musical. Mediante esta puesta en escena se pasa de describir la música a des-

cribir la respuesta que suscita en el oyente y a considerar la relación del sentimiento, la verdad y la identidad. Decimos que la música se vuelve simbólica para un grupo de individuos y transmite identidad, cuando aparecen canciones o melodías que poseen un valor representativo para un grupo humano en un contexto y tiempo determinado. La música siempre posee un marcado componente emocional y es este componente el que termina convirtiéndola en símbolo, bien por que los sonidos que la componen hayan sido creados específicamente para convertirse en música simbólica, o bien por que con el paso del tiempo, y a través de la práctica cotidiana, una melodía o canción se vuelven simbólicas espontáneamente en base a una disponibi-

valores propios de la cultura. Tradicionalmente nos hemos socializado a través de la música, nuestros deseos, valores, creencias e ideas comunes han encontrado un canal de expresión a través de los sonidos. En este sentido, hemos reconocido en determinadas melodías o canciones nuestras raíces sociales que marcan la pertenencia a una determinada cultura y nos posibilita reconocer un pasado, situarnos en un presente y proyectar un futuro. Ahora bien, la sensación de la música como acción social no deja de ser un fenómeno subjetivo que depende de la actividad receptora. La recepción musical viene anticipada por una estrategia que juega con las expectativas del oyente. Esta acción de percibir es la sensación de la música y

sólo ella puede establecer esferas culturales, puede ser eficaz como herramienta de comunicación, puede ser social.

El hombre entra en contacto con el mundo a través de sus sentidos, cada uno de ellos le permite conocer alguno de los aspectos del entorno que le rodea. En esta necesidad por percibir el entorno a través de los sentidos, el sonido se convierte en un elemento fundamental para transmitir y recibir información. Después del habla, la música es el sonido más importante generado por el

Cada época nos ha dado un lenguaje musical determinado, que nos hemos encargado de transformar de acuerdo con las normas y valores que imperan en nuestra sociedad. Esa música, que está dotada de unas características culturales determinadas, será percibida en función de los criterios individuales de cada cual. Por tanto, es necesario identificar cómo hace y percibe música el individuo, identificar la conexión de la música con el resto del comportamiento humano.

hombre, es una estructuración de sonidos que constituye un lenguaje imaginario con un valor expresivo propio. La música es un instrumento comunicativo fundamental que persigue describir conceptos, sensaciones, lugares, situaciones..., y por esta razón, las diversas culturas la han utilizado como un potente agente de socialización, ya que siempre ha tenido un poder y una vocación educativa importante que ha sido fundamental para la construcción social de identidades y estilos culturales e individuales. El discurso musical se abre conscientemente a sus dimensiones prácticas hasta verse implicado en formas de vida con concepciones singulares sobre cómo nos relacionamos unos con otros y con el mundo. La música es una parte esencial de nuestra memoria biográfica, cualquier época de nuestra vida va unida a un tipo de música, a una melodía, o a una canción, nos ayuda a recordar y nos acompaña desde la infancia hasta la madurez sonoriizando nuestro desarrollo en sociedad.

La identidad cultural es el lugar donde encontramos la cultura como subjetividad, donde la comunidad se piensa como sujeto de manera dinámica y dentro de un proceso continuo. Es decir, la identidad cultural supone una mediación incesante entre tradición y renovación, permanencia y transformación, emoción y conocimiento. La identidad cultural creada sobre el discurso sonoro carga de significado a la música, nos enseña que ésta es el vehículo ideal para transmitir los

3. La comunicación musical en el universo cultural contemporáneo

La identidad cultural es el lugar donde encontramos la cultura como subjetividad, donde la comunidad se piensa como sujeto de manera dinámica y dentro de un proceso continuo. Es decir, la identidad cultural supone una mediación incesante entre tradición y renovación, permanencia y transformación, emoción y conocimiento. La identidad cultural creada sobre el discurso sonoro carga de significado a la música, nos enseña que ésta es el vehículo ideal para transmitir los

La expresión musical es un pilar fundamental de todas las sociedades. No existe comunidad humana

que no posea una expresión musical como un elemento estructurante e integrador. El hecho musical tiene un importante valor que se deriva de su carácter de lenguaje y, con ello, de su capacidad para permitir la comunicación. Si bien, en demasiadas ocasiones, el mensaje semántico de la música puede parecernos escaso, sobre todo si nos referimos a la música que sólo tiene melodía, debemos entender que la información estética conforma un campo significativo muy grande. Esto nos lleva a afirmar que la música siempre expresa algo, incluso para aquellas personas que desconozcan su lenguaje. Con la música se puede evocar, sugerir, describir, narrar. Cada acto musical genera procesos de significación. El lenguaje que constituye la música no es el del habla común, por no disponer de carácter conceptual, pero, a pesar de ello, también puede expresar emociones y sentimientos. El hombre ha encontrado en el sonido un elemento identitario fundamental, ya que cuando no puede expresar, mediante el lenguaje común, alguna idea que tiene en su interior, encuentra un mecanismo de expresión mucho más poderoso, el lenguaje de los sonidos, cargado de una expresividad cultural concreta.

Ahora bien, la función comunicativa del hecho musical, depende también del estilo, del gusto, de las etiquetas artísticas y de la formación para su interpretación que impera en cada momento. Cada cultura posee su propio ritmo y su experiencia consciente se ordena en ciclos de cambio estacional, crecimiento físico, actividad económica, sucesión política, vida y más allá. Podemos decir que la experiencia de la vida ordinaria tiene lugar en un mundo en tiempo real. La cualidad esencial de la música es su poder para crear otro mundo de tiempo virtual (Blacking, 2006). Es aquí donde reside el verdadero poder comunicativo de la música, comunica algo que puede ser modificado con cada nueva audición, algo que cambia al ritmo de los cambios de contexto, de los cambios sociales. Esta característica de la música surge cuando el sonido se vuelve material con su transmisión por los canales espaciales y temporales, esto es, cuanto la música deja de ser percepción inmediata y se distribuye a través de los medios, comienza a grabarse y almacenarse en diversos soportes. Entonces, la obra musical ya no es única, se vuelve observable como un producto temporal (Moles, 1978). Antes de que la música se pudiera grabar y almacenar para hacerla sonar en cualquier situación, las melodías sólo existían como materia temporal recreadas por el músico de turno. Desde que existe la grabación, el lenguaje musical se vuelve estable. Así, la comunicación musical permanece en el tiempo, ante distintas generaciones, y toma un nuevo

significado con cada interpretación, de ahí su importante riqueza.

Hoy en día no podemos cuestionar la capacidad comunicativa de la música porque sin ser un lenguaje, opera como tal y su comunicabilidad se desarrolla a través de procedimientos observables, medibles y verificables. Pero, pese a esto, vivimos en una época en la que se usa y abusa de la música sin importarnos su capacidad comunicativa. Nunca estuvimos tan rodeados de música pero, sin embargo, ésta ocupa en nuestra sociedad un lugar eminentemente periférico, quedando oculta su función comunicativa. De esta forma hemos ido perdiendo progresivamente la capacidad de interpretar su verdadero lenguaje. Cada uno de nosotros mantiene unos límites dentro de los cuales el sonido, percibido como agradable y satisfactorio, le reportará significado y fuera de ellos, será apreciado como ruido y disonancia careciendo de significación. Estos límites, que tradicionalmente quedaban establecidos dentro de unos parámetros muy concretos y, en cierta medida, compartidos por la sociedad, hoy pasan a estar poco delimitados. El aficionado a un determinado estilo musical suele dotar de significado a los sonidos que escucha en función de las expectativas que la música le ha causado. Seguir un estilo musical concreto, una etiqueta musical, o a un determinado músico o artista, nos condiciona a la hora de recibir otros tipos de música porque tenderemos a juzgar la novedad en función de los marcos de referencia que tenemos creados como consecuencia de nuestros gustos. Así, las melodías o canciones que escuchamos serán mucho más comunicativas para nosotros cuanto más se aproximen a ese patrón musical que viene determinado por nuestro gusto personal.

Muchas prácticas sociales están ya más o menos vinculadas a la música y contribuyen a construirla y a darle sentido. La dimensión más significativa de la música es su funcionalidad dentro de un contexto social determinado. Este pertenecer a un escenario cultural dado genera, y determina, el papel comunicativo que posee la música en la vida del individuo, que pertenece a un grupo con el que comparte un universo simbólico, una lengua, unas costumbres, creencias, etc. Es en este contexto donde la melodía o la canción se cargan de un significado social compartido. Ahora bien, nuestra sociedad ha tendido a una divulgación masiva de un discurso musical fácil que está provocando la desaparición de las culturas musicales tradicionales, que vivían la dimensión comunitaria de la música basada en la interpretación colectiva. Esta música está siendo sustituida por un modelo musical estándar donde la función comunicativa aparece cada vez más

alterada y manipulada por todo un entramado institucional corporativo con ramificaciones en el campo tecnológico, económico y político (Smiers, 2006). Este entramado diseña los componentes de una cultura masiva más preocupada por los efectos en la audiencia y las posibilidades de controlar sus reacciones, que por las funciones comunicativas del hecho musical. Ahora bien, aquello que definen los medios como música no es la única verdad. Formas musicales alternativas y distintos modos de producción musical conviven a menudo con las dimensiones musicales de lo masivo, contaminándose y contaminándolas. Podemos decir que la variedad de expresiones musicales en el mundo actual está fuertemente vinculada a las dinámicas de la vida social, y está llena de valores simbólicos de naturaleza implícita y explícita. La música de la era posmoderna no tiene receptores sino únicamente usuarios y su utilización consiste precisamente en subrogarse en el yo de la canción o la melodía que, no es el yo del músico, sino una suerte de casilla vacía al servicio del usuario que quiera recurrir a la melodía o canción para expresar sus sentimientos. Siguiendo esta dinámica, la música actual deja en blanco el significado para que cada cual pueda llenarlo con sus propias ideas (Pardo, 2008).

4. Influencia de las nuevas formas de distribución sobre la percepción del hecho musical contemporáneo

Los cambios tecnológicos han propiciado nuevas formas de socialización de los bienes culturales y la música no ha sido ajena a ellos. La creación y recepción de música se ha visto profundamente transformada por la introducción de nuevos programas de software que permiten crear y manipular sonidos con gran facilidad, incluso para aquellas personas que carecen de técnica musical (Roca, 2004). Además, los actuales cambios en la difusión de la información y en las tecnologías de transmisión han intensificado enormemente la distribución global de música. Internet se ha convertido en el gran aliado del mensaje musical gracias a la aparición de diversas tecnologías de grabación y difusión, apoyadas en nuevos formatos, ampliando así el catálogo de mensajes que el individuo puede recibir a través de las múltiples músicas disponibles y reabriendo un antiguo debate sobre el papel de la música en el universo cultural.

Estas nuevas formas de distribución desarrolladas por la cultura tecnológica contemporánea han provocado que la música se haya convertido en un elemento ubicuo y sujeto a una continua evolución que obliga a revisar permanentemente los paradigmas que intentan

estructurar la diversidad de sonidos de nuestra época, con el fin de conseguir agrupar estilos, mensajes, modas, funciones y efectos que faciliten su comprensión. En lugar de esto, hoy nos encontramos con infinitud de sonidos que se distribuyen libremente a través de los canales establecidos por las nuevas tecnologías permitiendo generar múltiples identidades, construidas sobre límites muy difusos, y que hacen imposible un ordenamiento del discurso musical actual que permita extraer de él lo que pueda tener de novedoso. Esta circunstancia está alterando la percepción de la música, su capacidad comunicativa, sus formas de distribución y control y hasta la capacidad del individuo para apreciar el discurso musical actual. De las prácticas musicales que eran exclusivas de un grupo determinado hemos pasado a una forma de apropiación musical omnívora, que consiste en escuchar un poco de todo. El omnívoro es alguien que está dispuesto a apreciar todas las formas musicales. Ahora bien, hay que distinguir entre conocer un género musical o estilo cultural y apreciarlo como propio, apropiárselo para expresar identidad. Por eso, esta omnivoridad actual se entiende mejor en términos de conocimiento que de afinidad (Ariño, 2006).

La pérdida del formato físico –cinta de casete primero, el disco después y ahora el CD– ha producido una mutación radical y, tal vez, irreversible en el hecho musical. El formato permitía ordenar repertorios y transmitir con claridad un discurso comunicativo concreto. En torno a él se crearon modas musicales en otro tiempo y su transmisión facilitó la creación de identidades culturales. Hoy quedamos expuestos a un torrente continuo de sonidos que no nos permite dar un sentido concreto al discurso musical contemporáneo. Así, la música de la posmodernidad ha ido perdiendo su referente temporal, que permitía su comprensión, y ha alcanzado la omnipresencia. Sin apenas esfuerzo nos servimos continuamente de las melodías y canciones que nacen y se desvanecen al menor gesto. La disponibilidad inmediata, masiva y gratuita de música a través de la Red está modificando no sólo la percepción de la música sino también sus fórmulas de distribución y de reproducción, incluso las formas de producción. Los nuevos soportes digitales han liberado a la música del cautiverio del formato favoreciendo una escucha más automatizada, más pasiva por parte de un oyente expuesto a un continuo musical que, si bien es cierto que amplía el abanico de sonidos que somos capaces de oír, no deja tiempo para que la música nos diga todo lo que nos quiere decir. Es por esto que hoy triunfan músicas de fácil digestión y los estilos, las etiquetas y los interpretes pasan de moda a un ritmo

cada vez mayor, dejando sin lugar en el discurso social de la actual sociedad de consumo a la música más compleja, no por que carezca de calidad o porque el oído no esté capacitado para encontrar en ella comunicación e identidad, sino porque el escenario social actual no la deja sitio para que se ponga en contacto con un individuo más acostumbrado a usar la música que a apreciar el discurso musical. Hoy prima la existencia de una música portátil, sin interrupciones y potencialmente infinita. Pero esta permanencia de la música lleva pareja la obsolescencia de cada uno de los momentos que forman parte de ese continuo sonoro (Horta, 2008). Hoy más que nunca hemos dejado de escuchar música para, sencillamente, oírla. No hay tiempo para el deleite, la sociedad de consumo actual no concede tiempo para apre-

ciarse el discurso musical que genera y de la selección minuciosa de las melodías o canciones que nos hablaban, en otro tiempo, de nuestra cultura musical, permitiendo generar identidades culturales compartidas a través del discurso sonoro, hemos pasado a una acumulación compulsiva de archivos sonoros que no nos dicen nada. Almacenamos más música de la que somos capaces de escuchar y apreciar, dejando de lado la necesidad de identificarnos con un estilo musical determinado y sustituyéndola por la necesidad de acumular, propia de la sociedad de consumo. En otro tiempo se esperaba la novedad con impaciencia, haciendo cábalas sobre la posible temática de las canciones, la evolución del sonido de un artista, sobre el mensaje que transmitiría la música. Hoy, somos capaces de tener a nuestra disposición, en pocos minutos, toda la producción musical de una época concreta, ganando capacidad de acceso a la música pero perdiendo el discurso social que ayudaba a entenderla.

Como ya hemos dicho anteriormente, la música se ha mezclado siempre con la existencia social; que anima, acompaña e imita el funcionamiento orgánico de la vida. Y eso es precisamente, lo que hace en la época de su ubicuidad digital, se alinea con una forma de vida marcada por lo efímero, espoleada por el ritmo consumista que impone el mercado, y que implica unos vínculos interpersonales débiles, un sustrato ide-

ológico ligero y unos parámetros culturales difíciles de controlar. En este contexto, la música, comprimida digitalmente, trasciende el tiempo, elemento que le es consustancial y que habita en su esencia misma (Horta, 2008). Esta mercantilización de la música cancela la autoexpresión y favorece la repetición de modelos estandarizados y predecibles. La crisis de la industria discográfica está provocando que cada vez se apueste más por la repetición, se potencia a la estrella de turno y a aquéllos que se parecen sospechosamente a otros que tuvieron éxito en otro momento, dejando de lado la novedad y la originalidad. En otras épocas era la música la que se adornaba con los códigos identitarios de cada estilo para adornar el discurso musical y llegar al público elegido, pero hoy es la industria la que rein-

Hoy en día no podemos cuestionar la capacidad comunicativa de la música porque sin ser un lenguaje, opera como tal y su comunicabilidad se desarrolla a través de procedimientos observables, medibles y verificables. Pero, pese a esto, vivimos en una época en la que se usa y abusa de la música sin importarnos su capacidad comunicativa. Nunca estuvimos tan rodeados de música pero, sin embargo, ésta ocupa en nuestra sociedad un lugar eminentemente periférico, quedando oculta su función comunicativa. De esta forma hemos ido perdiendo progresivamente la capacidad de interpretar su verdadero lenguaje.

venta esos cogidos, los manipula, los viste de limpio para que lleguen a un número mayor de individuos, creando así un pastiche musical que pretende ser identificado por diversos grupos de individuos pero que en el intento pierde su poder comunicativo y su capacidad para convertirse en un referente cultural. Además, todo esto está provocando la eliminación del discurso público de los medios de comunicación de aquellos músicos que comienzan y que pueden aportar algo nuevo al actual discurso musical saturado. Para combatir este rechazo por lo desconocido nacen nuevas formas de poner en contacto la música con la sociedad a través de las redes sociales tipo MySpace o YouTube, donde la industria discográfica pierde su influencia sobre el medio a la hora de decidir sobre los contenidos musicales que se proyectan, y pasa a ser el gusto

del público el que determina el éxito de una música. Ahora bien, hay que tener presente que las categorías sociales del gusto y el propio gusto o sensibilidad estética están socialmente determinados, por tanto los universos de las preferencias individuales se organizan de manera homóloga a la estructura del espacio social y reproducen su configuración. De esta forma, el gusto musical actual queda condicionado por la saturación sonora a la que nos encontramos expuestos, así nadie tiene el privilegio de fijar el sonido, flota continuamente en el aire, aparece y desaparece sin avisar, y deja en nuestra memoria sonora rastros que poco tienen en común con la experiencia original de la escucha. Parece claro que la sociedad posmoderna concede más importancia a la disponibilidad inmediata del sonido que al acto de recordar el discurso cultural que rodea a la música. De este modo el hecho musical pierde, progresivamente, los límites en los que se hacía comprensible y deja de facilitar una identidad cultural perfectamente definida para apostar por diversos modelos identitarios móviles.

5. Conclusiones

La historia de la música occidental en los últimos cincuenta años viene marcada por su integración en una sociedad en la cual la forma predominante de difusión de la cultura se ha ido identificando con los medios de comunicación de masas y con las nuevas tecnologías. Poco a poco, la música ha ido asimilando todo un amplio abanico de cambios y mutaciones que pasan por la introducción de nuevos lenguajes, la alteración de los hábitos de comunicación y escucha, la consiguiente crisis de los cánones estéticos tradicionales y de la noción misma de obra de arte. A estos cambios es necesario sumar, en la actualidad, otros que son de gran importancia sociológica como el desmesu-

rado aumento del área de consumo musical. La música de la posmodernidad se caracteriza por un pluralismo de estilos y lenguajes tendentes a la complejización y relativización de sus contenidos. La actual variabilidad de los gustos, vinculada a la continua transición de modas, provocada por el dinamismo social y una creciente democratización de la cultura, implica una sucesión de estéticas musicales fugaces. Podemos decir que la música que se crea en la actualidad no posee una conciencia estética unitaria, sino una multiplicidad (múltiples estilos, múltiples mensajes, etc.) de conciencias estéticas fragmentadas. Ahora bien, no debemos olvidar que la música se impregna del espíritu social que al final la determina, de este modo, la música actual refleja a través de sus sonidos la forma de ser propia de nuestra sociedad.

Referencias

- ARIÑO, A. (Dir.) (2006). *La participación cultural en España*. Madrid: Fundación Autor.
- BLACKING, J. (2006). *¿Hay música en el hombre?* Madrid: Alianza.
- FRITH, S. (2003). Música e identidad, en HALL, S. & DU GAY, P. (Eds.). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu; 181-213.
- FUBINI, E. (2001). *Música y lenguaje en la estética contemporánea*. Madrid: Alianza.
- GLOWACKA PITET, D. (2004). La música y su interpretación como vehículo de expresión y comunicación. *Comunicar*, 23; 57-60.
- HORMIGOS, J. (2008). *Música y sociedad. Análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad*. Madrid: Fundación Autor.
- HORTA, A. (2008). *Música líquida. Culturas*. Barcelona: La Vanguardia; 1-5.
- MOLES, A. (1978). *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- PARDO, J.L. (2008). *Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- ROCA, F. (2004). Creatividad y comunicación musical desde las nuevas tecnologías. *Comunicar*, 23; 31-36.
- SMIERS, J. (2006). *Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización*. Barcelona: Gedisa.