



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
rcs_luz@yahoo.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Consumos musicales: Reflexiones de la historia de las mentalidades a la historia cultural

Fernández Velázquez, Juan Antonio

Consumos musicales: Reflexiones de la historia de las mentalidades a la historia cultural

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 4, 2021

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28069360003>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Consumos musicales: Reflexiones de la historia de las mentalidades a la historia cultural

Musical consumption: Reflections from the history of mentalities to cultural history

Juan Antonio Fernández Velázquez
Universidad Autónoma Indígena de México, México
jantoniofernandezv@gmail.com

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28069360003>

Recepción: 07 Junio 2021
Aprobación: 25 Agosto 2021

RESUMEN:

Las músicas constituyen una manera de expresión propia de los seres humanos, un vehículo mediante el cual entienden y asimilan el mundo que los rodea. Se trata de un eslabón importante en el sinnúmero de manifestaciones culturales y es con éstas que los individuos interpretan una realidad que les es propia. Este texto tiene como objetivo presentar una serie de reflexiones conceptuales desde la historia de las mentalidades y las industrias culturales, en relación con la importancia de las músicas en la sociedad, se trata de una propuesta teórica, una investigación documental, para comprender la apropiación de las músicas y sus consumos culturales, entendiendo lo anterior como un acercamiento al plano de la memoria, el recuerdo, las emociones y el carácter sensitivo que provocan las músicas en el ser humano. Los consumos y gustos musicales en cada uno de los sujetos surgen como una manera de externar la melancolía, se trata de un medio para expresar sus emociones; de modo que se convierten en un factor identitario. En conclusión, las manifestaciones culturales se manifiestan en espacios donde hallan elementos propicios para su desarrollo y son capaces de crear en el receptor-consumidor expresiones diversas.

PALABRAS CLAVE: Historia cultural, músicas, consumo cultural, memoria, emociones.

ABSTRACT:

Music is a form of expression proper to human beings, a vehicle through which they understand and assimilate the world around them. It is an important link in the myriad of cultural manifestations and it is with these that individuals interpret a reality that is their own. This text aims to present a series of conceptual reflections from the history of mentalities and cultural industries, in relation to the importance of music in society, it is a theoretical proposal, a documentary investigation, to understand the appropriation of music and its cultural consumption, understanding the above as an approach to the plane of memory, memory, emotions and the sensitive character that music provokes in the human being. The musical consumption and tastes in each of the subjects emerge as a way of expressing melancholy, it is a means of expressing their emotions; so that they become an identity factor. In conclusion, cultural manifestations are manifested in spaces where they find elements conducive to their development and are capable of creating diverse expressions in the receiver-consumer.

KEYWORDS: Cultural history, music, cultural consumption, memory, emotions.

INTRODUCCIÓN

Las músicas constituyen una manera de expresión propia de los seres humanos, un vehículo mediante el cual entienden y asimilan su mundo. Se trata de un eslabón importante en el sinnúmero de manifestaciones culturales y es con éstas con que los individuos interpretan una realidad que les es propia.

Sin embargo, las músicas involucran no sólo el reflejo de una realidad, sino también aquello que es irracional, donde caben sensibilidades y emociones manifestadas por los individuos en colectividad. Éstos, en su mayoría, surgen de construcciones imaginadas, creando figuras, situaciones y relatos en torno a dichas melodías, asimiladas y apropiadas por quienes gustan escucharlas, entre los que se generan consumos diferenciados.

De esta manera, se emiten mensajes apropiados capaces de generar en el receptor –consumidor– expresiones diversas, en las que se involucran la sensibilidad y se activa la memoria al motivar el recuerdo

personal; además de que componen parte del goce y entretenimiento de los individuos en sus actividades de ocio y recreación.

En este texto se presentan una serie de reflexiones conceptuales desde la historia de las mentalidades a la historia cultural y las industrias culturales, en relación con la importancia de las músicas en la sociedad, su apropiación y consumos culturales, entendiendo lo anterior como un acercamiento al plano de la memoria, el recuerdo, las emociones y el carácter sensitivo que provocan las músicas en el ser humano.

1. APUNTES PARA EL ESTUDIO DE LAS MÚSICAS

Las músicas componen parte de un entramado cultural, a partir de ellas la sociedad interpreta su realidad al generar apropiaciones tales como: Mentalidad, imaginario y representación. Estos elementos son de suma importancia para entender las formas de consumo de las músicas, las cuales son motivadas por la sensibilidad, emotividad, racionalidad y la irracionalidad.

En cuanto al concepto de mentalidad, éste pretende satisfacer las curiosidades de historiadores decididos a ir más lejos, al encuentro de otras ciencias humanas. Por otra parte, el historiador de las mentalidades se aproxima al etnólogo, intentando alcanzar el nivel más estable, más inmóvil de las sociedades. Asimismo, debe acercarse al sociólogo, puesto que su objeto es colectivo, pues la mentalidad de un individuo es justamente lo que tiene en común con otros hombres de su tiempo (Le Goff, 1976).

Según Dosse (2006), el concepto mentalidades corresponde a un término vago, que “contiene muchas dimensiones diferentes” (p.164), que relegan la historia a una simple descripción de fenómenos conscientes; Annales responde con la constitución de esta historia de las mentalidades, la cual tiene como fundamento el nivel inconsciente de las prácticas sociales, así como el pensamiento colectivo y automático de una época o de un grupo social. Este concepto es más próximo a lo psicológico; la cuestión del investigador es entonces el cómo del fundamento más que el porqué del cambio; de ese modo, el acento se coloca en las continuidades.

Así es como aparece el concepto de representaciones colectivas, utilizado en la historiografía por Marc Bloch, pero estrechamente vinculado con el sociólogo Emile Durkheim. La expresión hechos sociales, también puede encontrarse en páginas de Bloch. “En realidad, todo este enfoque debe no poco a Durkheim y su escuela” (Burke, 1993, p.25). Lucien Febvre acuñaría el término utillaje mental como una estructura de pensamiento correspondiente a cada civilización de determinada época; sin embargo, no deben entenderse estas “estructuras” como formas lineales y estáticas que influyen en los sistemas de pensar de los individuos en colectividad.

Más aún, la historia de las mentalidades no puede hacerse sin estar estrechamente ligada a la historia de los sistemas culturales, de creencias y valores, en las cuales se elaboran, han vivido y evolucionado (Le Goff, 1976). Este territorio se ha extendido a todo lo que es perceptible por el observador social, sin excepción, en la búsqueda de una ampliación de la historia más allá de sus antiguos márgenes y, al mismo tiempo, retornó a su antiguo dominio. Ahí es pues donde el historiador relee hoy los documentos utilizados por sus predecesores, pero con una mirada nueva y otra clave.

La investigación de las diferencias supera, por el contrario, a la de las semejanzas; por eso, la transformación de la historiografía resulta una reflexión del hombre sobre el tiempo en el que vive. Se puede hablar de una historia de las mentalidades como un fenómeno significativo de la cultura contemporánea; esta historia penetra en los medios de comunicación a través de amplias tomas de conciencia que colocan en tela de juicio los sistemas de pensamiento y de sentir, las estructuras mentales, visiones del mundo heredadas por un lejano pasado y reconocidas por ciertos grupos, incluso por la sociedad global (Ariès, 1988). Por otra parte, respecto a la importancia y vinculación de las músicas con la mentalidad de los individuos en colectividad, Mandrou (1962) argumenta:

Música polifónica que expresa de un modo tan directo la alegría y el lamento, el dolor y la dicha, debe de arrastrar de un modo irresistible a aquellos hombres y mujeres que siguen siendo ante todo auditivos, lejos de sus preocupaciones y de su marco acostumbrado. (p. 234)

Con base en lo anterior, y en relación con las músicas, éstas generan una serie de expresiones que involucran sentimientos surgidos de procesos racionales, pero también irracionales -escuchar, cantar, bailar-. En ese sentido, las músicas obedecen a la par a cambios de mentalidad, adaptados a las experiencias, así como prácticas cotidianas, pues los mensajes que expresan conviven entre permanencias y cambios, lo que crea gustos musicales igualmente diversos y contruidos generacionalmente.

Las mentalidades no son, en tal caso, un sistema cerrado de signos que producen un sentido único, bajo la tendencia de considerar que los pensamientos y las prácticas sociales están determinadas por una mentalidad o estructura mental, asignando a un grupo social un conjunto estable de ideas y creencias. Otro de los cuestionamientos, se relaciona con el problema de tomar las mentalidades para explicar el paso de una nueva mentalidad a otra, en vista que se dejan al lado los factores de transición que implican estos cambios (Chartier, 2005).

Esto indica, por tanto, que no hay una mentalidad homogénea en los individuos, lo que influye en la construcción de gustos musicales. Más que hablar de mentalidades colectivas, sería preciso señalar que no existen significaciones dadas como estructura, sino diversas representaciones, donde es la misma sociedad la que realiza los consumos e interpretaciones de la realidad en la que se encuentra inmersa.

Es por ello, que se traslada el ejemplo de las mercancías culturales al plano de las músicas, como un proceso que cumple con las tres etapas: Producción, circulación y consumo, o precisamente, consumos; es decir, los modos en los que aquel que gusta de escuchar músicas se apropia de las mismas, adaptándolas a sus experiencias cotidianas.

En relación a esto, según la etapa de producción de mercancías culturales, Chartier (2005) -en referencia a los textos- plantea que, tanto en la pluma del autor como en las prensas del librero editor, el texto es producido por la imaginación y la interpretación del lector que, a partir de sus capacidades, expectativas y de las prácticas propias de la comunidad a la que pertenece, construye un sentido particular.

Con ello se pasa a la segunda fase del proceso articulador de las mercancías culturales: La circulación. De acuerdo con Chartier (2005), es gracias a la invención de Gutenberg que más textos fueron puestos en circulación, pues de esa manera cada lector ha podido encontrar un número mayor de productos; por lo tanto, la imprenta vuelve familiares objetos desconocidos o marginales en la edad del manuscrito.

Así, los escritos impresos se apropian de los muros, se pueden leer en los espacios públicos, transformando las prácticas administrativas y comerciales. Esto se convierte en una acción colectiva, de manera que el libro no está confeccionado sólo por el autor, sino que recibe su figura de todos ellos: Maestro, impresor, cajistas y correctores, que cuidan puntuación, ortografía y la puesta en página. Ello significa que los autores no escriben libros, escriben textos que otros modifican en objetos impresos.

Esta separación es justamente el espacio en el que se construye el sentido, de tal suerte que el efecto producido no depende sólo de las formas materiales que contiene el texto. Sin embargo, ellas también contribuyen plenamente a moldear las anticipaciones del lector respecto al texto y a atraer nuevos públicos o usos inéditos.

En cuanto a la lectura de los textos y sus medios de circulación, si se toma en cuenta la dicotomía popular/letrado, expuesta por Ginzburg, hay una preocupación por recuperar los conflictos de las clases en una dimensión sociocultural globalizante; de modo que la cultura popular se define, según este autor, también por las relaciones que mantiene con la cultura dominante. Es a propósito de esta dinámica entre los niveles culturales popular y erudito -ya que también la cultura letrada filtra a su manera los elementos de la cultura popular- que Ginzburg propone el concepto de circularidad cultural (Vainfas y Rodríguez, 1996). En ese tenor, Chartier (2005) señala que:

En las élites letradas, ciudadanos importantes compraban los libros azules. El catálogo azul organiza una lectura que es más reconocimiento que verdadero descubrimiento en las particularidades formales de las ediciones azules y en las modificaciones que éstas imponen a los textos de los que se apoderan. El trabajo de adaptación depende de la forma en que los libreros-impresores especializados en este mercado representen la capacidad de sus compradores, contribuyendo a que las estructuras mismas del libro estén gobernadas por la forma de lectura que los editores creen ser aquella que la clientela busca conquistar. (p.113)

Esta circulación toma parte de las modificaciones de aquellos que contribuyen en la articulación de la actividad musical, es decir, aquel que realiza cada una de las actividades que hacen posible que el producto musical llegue a los consumidores, por ejemplo, componer, interpretar, editar y adaptar. Estas transformaciones son vitales tanto para la atracción de nuevos públicos como para la expectación de quienes buscan adquirir los productos musicales.

Las músicas tienden a generar en el consumidor aspectos que involucran el imaginario colectivo; una de sus características es sublimar y alterar la imagen de sus personajes protagónicos. De esto habla Bauzá (2007), quien hace referencia a las figuras de las canciones en la sociedad contemporánea.

Un hecho sugestivo respecto al mito del héroe en los tiempos modernos es que éste exalta preferentemente a figuras de la canción, las circunstancias que determinan el porqué de estos gustos son variados y en ellas los *mass-media* desempeñan un rol importante, provocando que dichas figuras alcancen una proyección universal. (p.163)

En otra de las definiciones, según plantea Pérez (2008), en el imaginario caben fantasías o voluntades de ciertos individuos o sectores sociales, lo que genera creencias y estereotipos. Por esta razón aquí entran en juego la memoria y el carácter de cada grupo o persona, así como las características anímicas de ciertas épocas o de momentos históricos y sus expresiones manifestas.

Entonces, las imágenes son reinterpretadas y representadas por los consumidores, en el entendido que todas las formas de consumo cultural implican otra producción en sí mismas y, en este sentido, en palabras de Chartier (2005):

El desciframiento común de los textos, mensajes, valores y creencias, e incluso una visión del mundo correspondiente a una época y una sociedad, está sujeto a la reapropiación, considerando que no hay práctica ni estructura que no sea producida por las representaciones, por las cuales los individuos dan sentido a un mundo que les es propio. (p.49)

En cuanto al concepto de representación, este autor lo define como la vinculación entre las modalidades de apropiación de los textos y procedimientos de interpretación que sufren, cómo es que los textos, convertidos en objetos impresos, son utilizados, descifrados y apropiados por aquellos que los leen o escuchan. Gracias a la mediación de esta lectura, los individuos construyen una representación de ellos mismos, una comprensión de lo social, una interpretación con el mundo natural, lo cual exige en primer lugar, que el consumo cultural sea considerado como un proceso que no fabrica ningún objeto concreto, pero constituye representaciones, que nunca son idénticas a aquellas que el productor, el autor, o el artista ha empleado en su obra. Este tipo de representaciones crea un público numeroso que participa en el proceso por medio de sus emociones y reacciones (Chartier, 2005).

Una de las formas de consumo se vincula a los espacios de experiencia, definidos en palabras de Koselleck (1993) como:

(...) un pasado que se hace presente, cuyos acontecimientos han sido incorporados y pueden ser recordados. El espacio de experiencia constituye un pasado sedimentado, con posibilidad de fecharlo a partir de indicadores temporales de acontecimientos pasados, en torno a los cuales se organizan las experiencias. Dichos indicadores constituyen núcleos de sentido que resignifican las experiencias vividas. (p.332)

De este modo, las músicas funcionan como un elemento que recrea y trae a la memoria situaciones ligadas a un espacio que se construye en la experiencia cotidiana del mundo personal. En la forma en que el sujeto lo experimenta, se relaciona con él y le da significado, éste se configura por valores, sentimientos, afectos e

intenciones humanas; así genera recuerdos ligados a la melodía que se escucha o las frases que están insertas en ella, las resignifica y apropia, al relacionarlas a sus vivencias cotidianas. Es común por consiguiente que en las músicas se haga referencia a situaciones vinculadas a los consumidores por sus lugares de origen; su lazo con este escenario va más allá del aspecto geográfico puesto que satisfacen la memoria, en el entendido que supone la asimilación subjetiva de la experiencia individual y colectiva.

Cuando se habla de memoria, por lo regular se piensa en la representación de un pasado que gracias a ésta se resignifica constantemente. La memoria se convierte en un recurso sobre las referencias al espacio vivido (Ricoeur, 2004). Esta especie de escenificación del pasado infiere conducir a la memoria al terreno de la imaginación; sin embargo, la memoria tiene relación, en palabras de Ricoeur (2006), “con aquello que ya no es, pero que fue antes, la imaginación está autorizada para ser creativa e inventora, en tanto la memoria, le pedimos que se muestre con fidelidad” (p.24).

En este sentido, otra de las formas de consumo que se propone en el presente trabajo, es que, al ser reapropiadas por los consumidores, activan los sentimientos transcurridos a través de recuerdos ligados a la vida cotidiana, puesto que la propia producción de la memoria resulta de un proceso individual o colectivo en esencia humano y que envuelve de manera profunda la estructura de sentimientos. Al respecto, Guerra, Zuluaga y Saravia (2019) sostienen que “el ser humano por su naturaleza lleva implícito un elemento emotivo hacia los sonidos convertidos en música” (p.61).

En otro orden de ideas, recordar implica una reconstrucción del pasado al usar imágenes e ideas del presente, debido a que resulta imposible revivir el pasado tal cual. El tiempo transcurrido marca lo recordado, a la vez que el pasado no sobrevive o permanece inmaculado, guardado en algún lugar a prueba de todo; es reconstruido por la memoria de sujetos que vivieron y percibieron particularmente la realidad estudiada por el historiador.

En relación con esto, memoria y músicas tienen una marcada interconexión, y de acuerdo con el caso que ocupa, las músicas cumplen con diversas funciones: Narrar, informar y divertir. Lo anterior, a su vez, privilegia la posibilidad de preservar la tradición oral como medio de conocimiento, pero además logra que sus alcances se arraiguen por generaciones.

El uso de la memoria posibilita la continuidad de una expresión musical que se desarrolla en un espacio y tiempo determinados, como un vehículo que despierta sensibilidades de quienes encuentran en las músicas sucesos que se relacionan, la manera de interpretar vivencias o experiencias personales y colectivas.

Con base en dichas experiencias, se reconstruyen con testimonios orales los consumos que realizan los individuos que disfrutaban de las músicas, lo que influye en la construcción y asimilación de gustos musicales. Esto para demostrar que el género musical aquí estudiado forma parte de una continuidad histórica digna de analizarse.

En ese sentido, la historia oral privilegia el tiempo vivo de la memoria, evidencia hasta qué punto el pasado está presente en las coincidencias y por qué confrontan, además, a la subjetividad pasada y actual del otro. En pocas palabras, “el testimonio oral es real, realista, apegado al dato cotidiano y al mundo personal” (Ricoeur, 2004 p.28).

Al establecer el contraste con otras fuentes históricas, las fuentes orales rompen el aislamiento y soledad protegida de los archivos, el mundo concluido de lo escrito, la visión más o menos estática desde la que se sitúa el historiador; pero, a su vez, el testimonio del otro (quien proporciona la información) enriquece y complica el argumento, en consecuencia, la proximidad apasionada, así como dramática del diálogo impide la síntesis rápida, esquemática (Thompson, 1988).

Al respecto, el material oral registrado es de tanto valor como la documentación escrita, pero no deja de ponderar que la historia oral le otorga un futuro liberado ya de las amarras de la significación cultural del documento escrito y le devuelve al historiador la técnica más antigua de su oficio, es decir, recopilar historias contadas, narradas; de tal manera que la fuente oral sirve para renovar las interpretaciones historiográficas,

pues puede establecer contactos con un tesoro de experiencias susceptible de ser utilizado de diversas maneras y enfoques.

Es así como, en palabras de Thompson (1988) mediante la oralidad, se coloca al descubierto el modo en que los vivos se explican su lugar y su cometido en el mundo. Sus propias historias responden al carácter cambiante del lugar en que viven, de tal manera que “la historia oral es una historia construida en torno a la gente, introduce la vida a la historia, y eso hace que se amplíen sus miradas” (Thompson, 1988, p.29).

En otras palabras, las rememoraciones personales y las tradiciones familiares privadas, que rara vez se consignan por escrito, precisamente porque la mayoría de la gente no las considera con demasiado interés para otros, se convierten en los tipos estándar de la evidencia oral (Thompson, 1988).

Por ello, en torno a la construcción de los gustos musicales y a través de la memoria se construye y rescata el sentir del individuo, quien encuentra en las músicas una fórmula de volver a ese pasado que rememora; al escuchar, entonar y tararear la melodía, reinterpreta sus vivencias respecto a su realidad y la de aquellos que viven y conviven en su entorno.

Así, las sociedades que gozan de las músicas realizan consumos diversos estableciendo un vínculo; esa añoranza al terruño y los momentos más significativos plasmados en la memoria se recrean en situaciones adecuadas para que estas expresiones musicales tomen presencia.

De esa manera, se convierten en un instrumento que, al escucharse, durante actividades de ocio y recreación, tiende a satisfacer una de las prácticas cotidianas: Las festividades, ahí surge otra de las formas de consumo cultural que se propone en esta investigación o alrededor de las músicas. Lo anterior se enlaza con lo dicho por Foucault (1984) sobre la definición de espacio heterotópico, la cual permite comprender las naturalezas y funciones múltiples de los espacios⁽¹⁾.

Porque en nuestra sociedad, en la que el tiempo libre es normativizado, la ociosidad supone una especie de desviación, frente a esas heterotopías, que están ligadas a la acumulación del tiempo, hay heterotopías que están ligadas, por el contrario, al tiempo en su forma más fútil, más efímera, más quebradiza, bajo la forma de fiesta. (p.46)

Así pues, los consumos se relacionan con el estado de ánimo de los escuchas, de manera que las músicas pueden generar expresiones que envuelven sentimientos, mismos que son apropiados al entonar la melodía; el consumidor experimenta una expulsión de emociones que se refleja en la forma como interpretan la realidad. En consecuencia, una práctica cultural de consumo implica apropiarse de la melodía y expresar su sentir con actos de euforia, entonando los temas preferidos y adaptando estas prácticas al escenario donde los consumidores se encuentran insertos.

En ese sentido, un elemento importante en esa dinámica son las prácticas culturales, las cuales representan un factor clave para comprender los procesos de construcción simbólica y consumo cultural (Duche y Andia, 2019; Loor, 2019). Por ello, se sugiere esta tipificación en torno a los consumos culturales presentes al escuchar las músicas, como parte de las distintas prácticas en las que el individuo es partícipe. Al ser las músicas una forma más de interpretar la realidad en la que se vive y convive en colectividad, participan en el establecimiento de gustos musicales arraigados a la región donde la sociedad se hace presente; también es considerado como un fenómeno que trasciende los límites geográficos para trasladarse a aquellos donde encuentra también aceptación y apropiación.

2. CONSUMOS CULTURALES DE LAS MÚSICAS

Las músicas adquieren progresivamente un papel simbólico; pero no sólo la letra de las canciones juega un papel específico en el público consumidor. Lo importante no es lo que tenía o tiene de «artístico», sino la representación de sentimientos que genera. Al tararear las canciones, es la misma sociedad la que define una percepción de la propia realidad, construye la estructura de sus experiencias y emociones, que al extenderse se hacen comprensibles y asimilables.

En otro orden de cosas, como se ha señalado, los conceptos son términos que se vuelven indispensables para la asimilación y comprensión de la sociedad. Esto muestra que no todas las palabras que surgen se convierten en un acervo semántico de la sociedad. La cristalización de éstos son un indicio que la estructura social ha cambiado y que necesita de ese nuevo concepto para dar cuenta de sí misma.

En ese tenor, el concepto de cultura es fundamental en esta investigación. Serna y Pons (2005), en su libro “La historia cultural: autores obras y lugares”, indican que no es ningún término nuevo; si acaso, remiten a “que lo cultural parece ser el dominio de los seres humanos, aquella esfera que ellos mismos han producido individual o colectivamente, reciente o remotamente, deliberada o inconscientemente” (p.5). Por tanto, lo cultural se da cuando se modifica esa naturaleza, que es constitutiva del entorno. Cultura es al mismo tiempo “todo aquello que puede ser aprehendido por una determinada sociedad” (p.5).

Por ello, aquí se ocupa esta expresión musical en la historia cultural, definida como “esa historia que es artificio de la materia; instrumento, pero también el significado que le atribuimos al entorno, al cuerpo, a las cosas y a los demás, contemporáneos, antepasados y futuros, visibles e invisibles” (Serna y Pons, 2005, p.8).

De esta manera, las músicas no pueden entenderse bajo la simple dinámica emisor-receptor, sino también como una elaboración cultural. La letra genera alegría, dolor, tragedia, así como manifestación en contra de los convencionalismos y formas sociales tradicionales. En este sentido, de acuerdo con el ámbito musical, cada discurso puede jugar un papel importante en la búsqueda y distinción identitaria de los colectivos sociales. Esto puede variar sustancialmente de un sitio a otro. Ejemplo de ello son los valores representativos más importantes de las músicas, los cuales funcionan como símbolos de identidad nacional o regional; por lo que, “el desarrollo de las músicas no puede ser separado de los desplazamientos de la población” (Bartok, 1979, p.66)

En cuanto a identidad, sólo se logra por medio de diferencias. En otras palabras, primero se debe trazar una distinción: “esto y no lo otro” (Torres, 2006, p.11); y segundo, para que la distinción se lleve a cabo, se debe tomar en cuenta uno de los dos lados de esa distinción. Sin embargo, los dos lados de dicho escenario existen en simultaneidad; por tanto, identidad, entonces, consiste en indicar un lado de esa distinción. Por ello, el mundo o lo real antes de toda distinción es inobservable o mejor dicho invisible (Torres, 2006).

Al respecto, es importante destacar la identidad de la región sociocultural, la cual nace de la historia, de un pasado vivido en común con una colectividad asentada en determinado territorio; en otras palabras, la región cultural es la expresión espacial en un momento dado y en un contexto histórico determinado.

Durante varias generaciones, los pobladores de una misma región experimentaron las mismas condiciones históricas, enfrentaron los mismos desafíos y se guiaron por modelos de valores semejantes -entre ellos las músicas-; de aquí el surgimiento de un estilo de vida que lo distingue a su vez de otras regiones (Giménez, 2016).

Hay diversos elementos de análisis a considerar en el fenómeno de la interacción de las músicas. Verbigracia, tomando el concepto de hibridez cultural, en el campo musical se tiene que cuando las músicas migran a través de fronteras nacionales lo hacen también históricamente y bajo la mediación de elementos primordiales de tradición y modernidad. En ese sentido, sostienen Valencia y Abadía (2019) que:

De cualquier manera, son los ámbitos de reconocimiento y de participación los que median para crear y mantener el espacio resemantizado: Los anclajes en memoria, entornos y territorios compartidos, configuran el sentido social de la experiencia migratoria, ahora incorporada a modos de vida, de ser y de sentir en colectivo. (p.99)

Es aquí cuando el mercado entra como un componente más del entramado de la cultura. Se trata, por decirlo de manera más gráfica, de un carril por donde transitan las artes mismas. En los últimos días, el mercado adquirió una serie de supremacía, donde no sólo distribuye, crea, sino manipula e hibridiza expresiones culturales. Esta tendencia del mercado también llega hacia las músicas que comprenden el objeto de estudio de la presente investigación; de ahí que su proyección sobrepase los límites geográficos, satisfaciendo la demanda del público consumidor (García, 2008).

Cada persona tiene sus propias vivencias, como las músicas que escuchó en la infancia, en la adolescencia. Cuando se regresa a la tierra donde se nació, después de una larga ausencia, o cuando se quiere estar cerca en la lejanía, no hay mejor recurso que escuchar músicas representativas de nuestro país, o de la región de origen. (Aretz, 2013, p.264)

Estas producciones simbólicas involucran una serie de aspectos que integran una totalidad entre sí, los cuales van desde aquel que escucha las músicas hasta el que las interpreta, toca y compone; incluso, todas aquellas actividades secundarias que hacen posible que un acto musical se lleve a cabo. Todo ello, implica el consumo como una acción dinámica y no individual, donde la obra musical se toma como todo lo que se genera alrededor de la misma, no sólo por expresar o relatar algún acontecimiento en particular (Small, 1998).

Cabe destacar que al escuchar dichas músicas se generan una serie de representaciones, al respecto Chartier (2005) habla de «producción, circulación y consumo», haciendo referencia al consumo cultural en una sociedad determinada. “Esta separación radical entre producción y consumo conduce a postular que las ideas o las formas poseen un sentido intrínseco, por completo independiente de su apropiación por un sujeto o un grupo de sujetos” (p.137).

Chartier (2005), coloca como ejemplo los textos, los cuales generan dichas representaciones, mientras que la lectura que cada individuo le da a los textos son sus apropiaciones o interpretaciones. Según el planteamiento de este autor, no es posible caracterizar como radicalmente específico el *corpus* de los textos que constituye lo que en la tradición se ha designado como la “literatura popular de la venta ambulante”. (p.140).

Sobre esa línea, lo esencial está en otra parte; primero, en identificar cuáles son los textos que circulan tanto en los medios populares como en los medios letrados y; luego, en identificar las maneras de leer. La tarea no es sencilla, pues siempre se corre el riesgo de reintroducir un sociologismo demasiado tajante, que caracteriza como populares las prácticas que en realidad se pueden hallar también en otros horizontes sociales.

Por tanto, colocando de ejemplo las músicas, éstas pueden tener un sinfín de interpretaciones. Todo depende de aquel que lo consume y los significados que le da; dicho significado no siempre será el mismo que el productor, o en este caso el compositor quiere transmitir. De igual manera, hay diversos medios de acceder a las músicas; en consecuencia, los consumos que hace el individuo o los individuos que gustan de escucharla son diversos.

Se entiende a las mercancías culturales -su producción, distribución y la repartición de los consumidores- como una posibilidad de considerarlas además de datos a partir de los cuales establecer los cuadros estadísticos de su circulación o señalar los funcionamientos económicos de su difusión, como repertorio con el cual los usuarios acceden a operaciones que les son propias.

Lo que desarrolla el acto del consumo activo no son las obras, sino las acciones; por tanto, si estas obras contienen en esencia mensajes, partiendo desde la simple dinámica emisor-receptor, y a su vez llevan consigo un objetivo primordial: Penetrar en un mercado existente, donde el principal consumidor es la sociedad misma; la producción no corresponde en todos los casos a la apropiación de los usuarios (consumidores), pues éstos manipulan dichos productos, adaptándolos a sus prácticas cotidianas (De Certeau, 2000).

Esta problemática se inserta como parte de un consumo cultural, definido por García (2008), uno de los estudiosos del tema, como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los cuales el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso, así como de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica, en el que interesan los bienes culturales como tales -objetos, leyendas y músicas-, como también los actores que las generan y consumen, así como los usos que los modifican.

El producto musical se codifica como mercancía al hacerse así un objeto de necesidades sociales, más como bien cultural aporta otras nociones, como es la identificación que experimenta el usuario, la permanencia histórica que adquiere un bien cultural y la acción colectivizadora de los bienes culturales. (Aretz, 2013, p.241)

Por lo que, esta semejanza entre las melodías, ritmos e interpretaciones musicales, va más allá de una mera coincidencia o accidente sonoro; obedece a razones que se complementan debido a que hay una apropiación

musical, la cual ayuda a despertar aquel sentido de pertenencia territorial por los pobladores de una región. Por ese motivo, al estudiar las músicas es preciso tomar en cuenta sus mínimos detalles, las condiciones, así como circunstancias en que se desarrolla la producción, circulación y consumo de cada melodía; en otras palabras, situarlas en un conjunto de hábitos compartidos en una sociedad que, a su vez, es parte de un proceso histórico, donde las músicas actúan como un difusor y reflejo del mismo.

CONCLUSIONES

Los consumos de las músicas varían como un proceso dinámico, el cual no es exclusivo de una entidad en particular, sino que se manifiesta en forma diversificada. Los consumos y gustos musicales en cada uno de los sujetos surgen como una manera de externar la melancolía, se trata de un medio para expresar sus emociones; de modo que se convierten en un factor identitario.

Los consumos se relacionan con factores como la sensibilidad, oscilando entre el goce y la nostalgia, que facilitan la apropiación de dichas melodías; por otra parte, los cambios generacionales también influyen en la diferenciación de los consumos. Por lo tanto, memoria y músicas se encuentran íntimamente ligadas; estas últimas, como una de las diversas expresiones culturales con quienes a través del recuerdo se externan sus sensibilidades. Los gustos musicales permanecen, cambian o se mezclan, con base en expresiones de subjetividad que se manifiestan tanto de forma individual como colectiva.

En definitiva, las manifestaciones culturales se manifiestan en espacios donde hallan elementos propicios para su desarrollo. Uno de ellos es el factor migratorio, es decir, la presencia de población inmigrante que asimila y atribuye a las expresiones musicales, como es el caso, aspectos con los que busca reencontrarse con aquello que siente propio; esto genera un conjunto de prácticas y sensibilidades compartidas que facilitan la configuración de gustos y consumos diversos.

Por ello, se emiten mensajes que son apropiados y capaces de crear en el receptor-consumidor expresiones diversas, en las que se involucran la sensibilidad -melancolía por el terruño y los orígenes-, y se activa la memoria motivando el recuerdo personal; además, que integran parte del goce, así como entretenimiento de los individuos en sus actividades de ocio y recreación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aretz, I. (2013). *América Latina en su música*. Siglo XXI.
- Ariès, P. (1988). La historia de las mentalidades. En J. Le Goff, R. Chartier y J. Revel (Eds.), *La nueva historia* (pp. 459-481). Ediciones Mensajero.
- Bartok, B. (1979). *Escritos sobre música popular*. Siglo XXI de México editores.
- Bauzá, H. F. (2007). *El mito del héroe, morfología y semántica de la figura heroica*. Fondo de Cultura Económica.
- Burke, P. (1993). *La revolución historiográfica francesa: La Escuela de los Annales, 1929-1989*. Editorial Gedisa.
- Chartier, R. (2005). *El mundo como representación: Estudios sobre historia cultural*. Editorial Gedisa.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano: 1. Artes de hacer*. Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Dosse, F. (2006). *La historia en migajas: De Annales a la "nueva historia"*. Universidad Iberoamericana.
- Duche, A. B., y Andía, B. G. (2019). Consumo cultural de estudiantes universitarios en Perú. Un estudio comparativo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(E-1), 354-370. <https://doi.org/10.31876/rce.v25i1.29627>
- Foucault, M. (1984). De los espacios otros "Des espaces autres", Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, 14 de marzo de 1967, *Architecture, Mouvement, Continuité*, (5), 46-49.
- García, N. (2008). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.

- Giménez, G. (2016). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Guerra, M. E., Zuluaga, A. D., y Saravia, L. A. (2019). Música vallenata, instrumento pedagógico en el proceso de aprendizaje universitario. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 59-70.
- Koselleck, R. (1993). *Futuro pasado: Para una semántica de los tiempos históricos*. Ediciones Paidós.
- Le Goff, J. (1976). Las mentalidades: Una historia ambigua. En J. Le Goff y N. Pierre (Coords.), *Hacer la historia*, vol. 2 (pp. 236-237). Laia.
- Loor, K. (2019). Comuna Chanduy: Prácticas culturales, comunicación y participación para el cambio social. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 82- 93.
- Mandrou, R. (1962). *Introducción a la Francia moderna (1500-1640): Ensayo de psicología histórica*. Unión Tipográfica Editorial Hispano American.
- Pérez, R. (2008). *Cotidianidades, imaginarios y contextos: Ensayos de historia y cultura en México, 1850-1950*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Ricoeur, P. (2004). *La memoria, la historia, el olvido*. Fondo de Cultura Económica.
- Ricoeur, P. (2006). Definición de memoria desde un punto de vista filosófico. En *Actas Academia Universal de las Culturas: ¿Por qué recordar?* (pp. 24-28). Ediciones Granica S.A.
- Serna, J., y Pons, A. (2005). *La historia cultural: Autores, obras y lugares*. Akal.
- Small, C. (1998). *Musicking, the meaning of performing and listening*. Wesleyan University Press.
- Thompson, P. (1988). *La voz del pasado*. Institució Valenciana D'Estudis I Investigació, Edicions Alfons El Magnànim.
- Torres, V. (Coord.) (2006). *Producciones de sentido 2: Algunos conceptos de la historia cultural*. Universidad Iberoamericana.
- Vainfas, R., y Rodríguez, P. (1996). De la historia de las mentalidades a la historia cultural. *Anuario Colombiano de la Historia Social y de la Cultura*, (23), 219-233. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/achsc/article/view/16471/17394>
- Valencia, V. H., y Abadía, A. A. (2019). Discursos musicales y mediaciones. Migración y asentamiento de comunidades afrodescendientes en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(4), 87-105.