

Entre compases: Polifonías juveniles. Estudio de consumos musicales en jóvenes santiagueros *Among Compasses: Polifonic of Youth Study of musical consumption of young people in Santiago de Cuba*

Ligia Lavielle Pullés

Universidad de Oriente. Santiago de Cuba. Cuba.
ligialp@uo.edu.cu

Recibido: 29-02-2016
Aceptado: 15-03-2016



Resumen

Actualmente es un hecho común que ritmos y melodías armonizadas se expandan por espacios públicos, privados, físicos o virtuales. La dinámica creativa que caracteriza al mundo sonoro de nuestros días sería incompleta sin la ebullición de sus consumidores, entre quienes los jóvenes se cuentan entre los más fieles. En el presente trabajo se abordan formas en que los jóvenes de la ciudad Santiago de Cuba se conectan o permanecen indiferentes a consumos musicales, concepto que vertebra el estudio. Este proceso, aunque colocado frecuentemente en el marco de disímiles investigaciones por sociólogos de la música, no ha recibido suficiente cultivo teórico al interior de teorías sociales, por ello uno de los aportes del estudio consiste en subrayar una dimensión conceptual que sustenta los resultados. A partir del uso de metodologías cuantitativa y cualitativa, con acentos en la segunda, se ha logrado describir e interpretar diversas aristas del consumo musical en este sector de la población santiaguera: ¿qué puesto ocupa entre sus frecuentes prácticas culturales?, ¿qué importancia adquiere en sus vidas cotidianas?, ¿por qué se puede aludir a un consumo musical involuntario? Tales valoraciones se han realizado en el ámbito sociológico de la música de la mano de los estudios de consumo.

Palabras clave: consumo musical, jóvenes, sociología de la música, cultura, Santiago de Cuba.

Abstract

Nowadays, many rhythms, melodies and harmonies spread out by private, public, phisical and virtual spaces. However, musical industry can't work without consumers, they are the other essential part of this creational music world, and young people are one of its most devote public. The present study is about that, the musical consumption of young people in Santiago de Cuba city. Musical consumption is the main cause to they share music or in contrast they stand unmployed among themselves, that's why it is the main concept in the study. Frequently sociologists of music have concerned about this social and cultural process, however, it have not been present many times in social theories or - why not- even in art theories. Precisely, the main constribution aim to highligh the consumption concept into the musical world. The proccess have been explored and interpreted through quantitative and qualitative methodologies, but, mostly in the second one's prespective. Thaks to that, the following question can be ansewerd: what is the place of musical consumption among others?, where is music in young people's daily life?, why can it speak about an involuntary musical consumption? Sociology of music and consumption studies are two essential bases of this analysis.

Key words: Musical Consumption, Youth, Sociology of Music, Culture, Santiago de Cuba.

Sumario

1. Obertura | 2. Track número uno. Consumos musicales: disonancias y consonancias | 3. Track número dos. Hacia una concepción de los consumos musicales | 4. Interludio. Metodología | 5. Track número tres. Consumos y espacios cotidianos | 6. Track número cuatro. Para los gustos canciones y para canciones preferencias musicales| 7. Beat número seis. Blasfemar y silbar: Consumos musicales involuntarios | 8. Bonus track. Conclusiones | Referencias bibliográficas

Cómo citar este artículo

Lavielle Pullés, L. (2016): "Entre compases: Polifonías juveniles. Estudio de consumos musicales en jóvenes santiagueros", *methaodos.revista de ciencias sociales*, 4 (1): 73-86. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v4i1.106>

1. Obertura

No hay espacios lo suficientemente aislados para limitar el sonido, y en consecuencia la música. Tampoco existen momentos del día demasiado impropios o imperturbables; puede seducirle o molestarle algún ritmo fugitivo proveniente de una fuente de emisión cercana. Lo cierto es que en esta tierra del Caribe, más allá de slogans folcloristas sobre la comunión de los cubanos con sus sonidos existe un ethos social muy unido a la música, y en especial a la popular bailable. Pueden ser las 8 de la mañana, el mediodía o las 3 de la madrugada, para ningún transeúnte sería raro escuchar la música melosa de una vieja balada sobre desengaños, un coro de voces rotas correspondientes a los borrachos esquineros cantando la mítica *Lágrimas negras* o el beat fuertemente percutido del reguetón de último minuto.

Desde las calles, autos, transportes públicos, escuelas, espacios abiertos y cerrados de ocio, así como desde la televisión, la radio, teléfonos celulares o algún equipo musical de visible envergadura y potencia resuenan acoplados melodías y ritmos. Se extiende así un panorama conspicuo de gustos y consumos centrados en la música, que involucra en mayor o menor medida a todos los sectores de la sociedad, pero en especial a un grupo etario y macrosocial que como ningún otro se siente atraído por las producciones de la industria del sonido: los jóvenes.

No resulta fortuito que sean ellos quienes más se preocupen por la búsqueda de la novedad en este específico campo del arte y la industria del entretenimiento. En efecto, los éxitos de último minuto ganan oyentes (consumidores) seguros en los jóvenes gracias a la constante renovación de la lista que acompaña la escucha personal y colectiva. También son ellos, unos de los blancos predilectos de los principales oligopolios musicales globales, cuya acción se retroalimenta precisamente del consumo. Por tales razones se ha escogido a este grupo etario; los jóvenes, como punto cardinal que guía el estudio encaminado a develar las multiformes aristas del consumo musical en Santiago de Cuba.

La elección de Santiago de Cuba como el contexto sobre el cual se erige el estudio reviste especial significación. Al respecto, le corresponde ser una de las rutas obligadas en la historia de la música cubana; cuna de géneros patrimoniales como el son o la trova. En consecuencia, adquiere un lugar especial en el imaginario popular cubano, que ubica una parte medular de nuestras tradiciones musicales en ésta, la conocida capital del Caribe.

Del mismo modo, aunque en la senda contraria, la ciudad se ha convertido en terreno fértil para la emergencia de nuevas tendencias sonoras y en general culturales de cercana o lejana procedencia internacional. En especial sobresalen aquellas donde figuran los jóvenes como sus protagonistas, no sólo desde el ángulo de la producción, sino también como destinados consumidores. Es el caso del tan polemizado reguetón, el reggae junto a sus disímiles fusiones y el rap. Este contraste enriquece el análisis y lo torna representativo de un fenómeno a escala nacional e internacional; la pervivencia de lo tradicional y la emergencia y posterior permanencia de lo foráneo en su proceso de cubanización o el típico claroscuro de lo antiguo y lo nuevo.

El presente trabajo contribuye a entender e interpretar los mundos simbólicos de las más nuevas generaciones, quienes por todo lo anteriormente referido se debaten entre los latidos de la siempre viva cultura cubana y las nuevas y no siempre positivamente evaluadas tendencias culturales. Consta de tres partes: una primera de obligada incursión teórica, seguida por algunos necesarios apuntes metodológicos y finalmente una tercera donde se exponen resultados. La última sección se divide a su vez en tres sub-secciones, destinadas a comprender en una mayor magnitud el fenómeno socio-cultural estudiado.

2. Track número uno. Consumos musicales: disonancias y consonancias

Pareciera ser que son los consumos uno de los fenómenos más tentadores para los investigadores sociales de todo el orbe. Abordado multidisciplinariamente, sus marcos teóricos y paradigmas responden a una exégesis compleja de las sociedades, las mismas que como relojes mecánicos, en el decir comparativo de Levi Strauss, se han estructurado en sociedades cementadas en el mercado y en consecuencia en el consumo.

Su centralidad entre las aristas que conforman el amplio espectro de los estudios culturales señala que ha sido un tema frondoso en la agenda de investigadores e instituciones del área latinoamericana y caribeña. En esta ruta abundan trabajos destinados al mapeo de consumos culturales sobre la base de la

aplicación de encuestas, realizadas a grandes territorios. Se visualiza así, cierto desequilibrio de enfoques, donde el cuantitativo ha sido prevalente.

Una mirada rápida a las encuestas de consumos revela la posición privilegiada que alcanza la música en el gusto juvenil y poblacional en general; desplazado solamente por producciones cinematográficas y en general el audiovisual. No hay que olvidar, empero, la incorporación ya tradicional, de mundo melódico al audiovisual, maridaje que contribuye a las culturas visuales gestadas por todo el orbe, y del cual el video clip es solo uno de sus más álgidos exponentes.

Históricamente los sociólogos de la música se han acercado a los estudios sobre consumos a partir de la interpretación de este proceso en el terreno sonoro. Aun así, su incorporación no siempre ha sido diáfana, positiva y/o de carácter continuo. Desde ese punto de vista se hallan los postulados de uno de los padres de la sociología de la música, Theodor Adorno, quien no dejó dudas sobre la marginalidad que debían ocupar los estudios de consumos para una todavía nonata sub-disciplina sociológica (2006). Por el contrario, Alphons Silbermann, los tuvo en cuenta nada más ni menos que como uno de los componentes centrales inherentes a su modelo teórico, el mismo que refería las estructuras sociales –por cierto, angostas¹- del campo musical (1961).

Con todo, no han sido abundantes los estudios de consumos musicales de la mano de los sociólogos de la música. A este respecto, los intereses de las industrias fonográficas han movido y sumado mayor número de trabajos empíricos que la propia academia. De todos modos, tampoco sería justo afirmar *strictu sensu* que los consumos musicales constituyen un campo árido dentro de los intereses de los sociólogos de la música. Por ejemplo, las investigaciones de Megías y Queirós (2003) para el Injuve sobre los hábitos y gustos musicales aportaron amplios caudales de información y a su vez fungieron como coordenadas sobre el fenómeno en España. A su vez, Jaime Hormigós y Martín Cabello (2004) también han apuntado al asunto –al menos referencialmente- desde la exégesis teórica de la sociología de la música. Ambas incursiones se hilvanan con los estudios juveniles, es decir, las polifacéticas aristas del consumo musical en los jóvenes, uno de los correlatos más representativos de los estudios socio-musicales y del consumo en general que también mueven las coordenadas del presente trabajo.

Lo que no deja espacio a dudas es que la preocupación por la música no parece agotarse en lo asideros de las ciencias sociales. Los consumos en este plano, requieren de la agudeza investigativa para interpretar un contexto mundial donde el entretenimiento y con él la música son cada vez más determinantes de los disímiles universos simbólicos de las sociedades.

3. Track número dos. Hacia una concepción de los consumos musicales

La alocución sobre consumos musicales, remite instantáneamente a aquellas elecciones sonoras que hace el sujeto para que formen parte de su mundo subjetivo cotidiano. También se señalan en esta cuerda, la cohorte de éxitos que suenan en discotecas, plazas públicas o sencillamente en el barrio. Causantes de sinergias entre una pequeña o amplia membresía, circunstancial o no; quienes quizá comiencen a formar parte de lo que M. Maffesoli enfatizó como una comunidad emocional (1996). Probablemente también se piense en la visita a la tienda discográfica (no siempre coronada con la compra) o más acertadamente en el pirateo por Internet o la descarga en *youtube* de los videos y la música de preferencias.

De una manera o de otra, la referencia a los consumos musicales invoca al gusto y su cúspide preferencial. Y es esta visión electiva la que ha dominado los trabajos sobre la apropiación de la música, sin embargo la peculiaridad que le caracteriza sita en lo sonoro como su materia primaria *per se*, permite ajustar sus diques conceptuales e incluso empíricos. Ahondar en los significados del acto de consumir permitiría visualizar mejor sus rasgos, los mismos que expresas apropiaciones asimétricas e la música.

En la última década del siglo XX Néstor García Canlini definía al consumo como “conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y uso de productos, al tiempo que añadía respecto al cultural: (...) productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de

¹ El campo musical que refería Alphons Silberman en su *Estructura social de la música* se centró preferentemente en la música de concierto, más que en la popular o masiva, cuyos impactos han sido inminentes desde el crecimiento de la industria de la música.

cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (1999: 80-89). El concepto, aplicado a los más disímiles materiales simbólicos provistos de valor cultural resultó ser uno de los más utilizados por los autores que aportan al tema. No obstante, en el marco de un siglo XXI mundialmente tecnocrático, de sociedades estructuradas en base al consumo, conviene re-visitarse sus propiedades, hundir raíces en cada uno de sus presupuestos y ajustar en el caso requerido, esto es, cuando la realidad desafía a la noción abstracta del proceso. De ahí se impone pensar al consumo (luego al musical) desde dos procesos intrínsecos que lo definen: uso y apropiación.

Las pistas de estas dimensiones nos retrotraen al mismo K. Marx, quién aunque no basó su obra en el consumo, si lo nominó como la objetivación del valor de uso (1981:1). Otros autores también se refirieron al uso; M. Weber y M. de Certeau por ejemplo, pero la óptica de K. Marx resulta sustancial para la explicación del proceso que nos ocupa.

En ese sentido coincidimos con el análisis de J. Callejo no sólo al definir "grosso modo el uso como la relación/acción que ejercen los sujetos sobre los objetos de consumo, sino en detenerse e interpretar el aporte marxista, que supone a su vez aludir a la apropiación. El uso va más allá del acto de compraventa para alojarse en el ámbito de la apropiación (sujetivación de lo objetivado) del objeto por parte del agente (...) Apropiación por la que el usuario incorpora lo usado, y de alguna manera transforma al propio objeto" (1995a: 80). A través de Marx y posteriormente otros teóricos como este sociólogo español podemos pensar el acto de consumo en términos de usos expresados en apropiaciones, lo cual significa internalizar lo usado; no sólo poner en práctica su utilidad sino aprehender simbólicamente el producto consumido. ¿Cómo se traducen tales presupuestos a la música?

A diferencia de las demás artes posee como materia prima básica el sonido y su traslado espacial se ejecuta con independencia de la voluntad de quienes lo oyen, e incluso de quienes lo escuchan. Por ello el consumo musical difiere del que acontece en otras artes y producciones de la industria cultural como el cine, la literatura o la pintura. La disposición para leer un libro, asistir a la sala cinematográfica o a la galería marca un consumo, condicionado gracias al gusto por determinada película u obras/autores de artes visuales y literarias. Sin embargo, el actor social no debe disponer necesariamente su gusto para incorporarla a su universo simbólico. Por eso, su consumo resulta más cercano, por ejemplo, al de la publicidad, "cuyos mensajes actúan entre la sugerencia y la imposición" (Callejo, 1995b: 83).

Ello condiciona un uso y apropiación musicales que describen un arco de prácticas (diferenciadas), desde la elección de la música, la adquisición del disco, el baile, canto y disfrute; hasta una apropiación menor (influenciado o no por la saturación sonora de algunas melodías) externalizada en la escucha, el simple marcaje rítmico, el reconocimiento de los cantantes y exponentes visuales de los géneros musicales y la interpretación de sus significados. Las prácticas mencionadas a manera de ejemplo suponen a su vez una toma de partido a favor, muy a favor o en contra de determinada música, pero ya se inscriben en el ancho espectro del consumidor musical. Con estos presupuestos nos acercamos conceptualmente al consumo musical como: procesos de uso y apropiación condicionados socio-culturalmente que suponen la incorporación de los significados implícitos de la música oída o escuchada, ya bien sean sus aspectos formales (esquemas armónicos, melodías y ritmos) o de contenido (la letra de la canción). Asimismo, los productos donde nace este consumo poseen un valor simbólico superior a los de uso y de cambio.

El proceso explicita la conexión binaria mercado y música,² teniendo en cuenta -y apelando a un criterio justo- que a ésta última no siempre le corresponde el título de arte. Los procesos de apropiación que le definen conlleva además a internalizar los significados procedentes de otras manifestaciones aglutinadas a su alrededor, como el video clip o el baile que caracteriza a un género en específico.

4. Interludio. Metodología

Para la realización del trabajo global se elaboró y puso en práctica una estrategia metodológica basada en la triangulación de la perspectiva cuantitativa y cualitativa. La primera se explicitó en la realización de una encuesta que apuntó al examen de varias directrices del consumo musical poco o nada referidas en

² Resulta tentador pensar entonces, en un divorcio entre tradición musical e industria cultural, pero la urdimbre de procesos culturales y comerciales que hilvana esta última (donde se ubican también los consumos), no desconoce el patrimonio de los pueblos.

estudios cubanos precedentes³. A su vez, también se utilizaron las pistas informativas que habían dejado otras encuestas de consumo cultural realizadas en el territorio santiaguero. En esa ruta se diseñaron y pusieron en práctica instrumentos de corte cualitativo: observación participante, descripción etnográfica, entrevistas abiertas y en profundidad, así como grupos focales. Los mismos permitieron ahondar en las acciones y significaciones de los jóvenes en relación a los hechos musicales que determinan una parte importante de sus universos simbólicos ceñida al entretenimiento.

La unidad de análisis se constituyó por jóvenes santiagueros con edades límites entre los 15 y 30 años teniendo en cuenta que “en términos generales la juventud se ha fijado, aproximadamente entre los 15 y 29 años de edad, dividiéndose a su vez en tres tramos: de 15 a 19 años, de 20 a 24 años y de 25 a 29 años” (Gómez Suárez, 2011: 21). En la presente se utilizó esta sub-clasificación etaria para dirimir -si existían- diferencias en relación a las generaciones. Precisamente la puesta en práctica de este experimento metodológico reveló resultados concretados en la sección correspondiente a las preferencias musicales.

La elección de los jóvenes para todos los instrumentos de investigación fue aleatoria y a criterio de la investigadora, por lo cual se transitó por una diversidad de espacios que permitieran la mayor variedad posible de encuestados y entrevistados, donde a su vez, todos los de 15 a 30 años⁴ tuvieran las mismas posibilidades de ser elegidos. En ese sentido están presentes los espacios laborales y educativos, ambos estatales o privados. También se penetró en circuitos oficiales religiosos con alta presencia juvenil y públicos informales dentro de vecindarios, donde varios jóvenes fueron escogidos al azar.

Estudiar anteriores encuestas permitió vislumbrar, en primer lugar, el lugar preeminente que ocupa este tipo de consumo en comparación con otros. También posibilitó polemizar algunos detalles en su confección y análisis, por ejemplo; en todas las encuestas cubanas en relación al ítem referido al tipo de música, una de las que casi siempre ocupa lugares cimeros es la conocida “música romántica”, y así también responden los jóvenes cuando se utiliza la técnica de entrevista. Sin embargo, si de ser justos se trata, la música romántica en sí misma no es un género musical, sino un conglomerado que aúna a algunos más por el contenido que por la forma. Ello entraña una dificultad en el momento de escindir cada género musical propiamente dicho preferido por los jóvenes dentro del paraguas que significa la música “romántica”.

La cuestión del género musical sigue siendo problemática toda vez que son taxonomías epistémicas realizadas sobre criterios históricos, culturales y musicológicos, todos juntos, cuyas fronteras se consideran terrenos cenagosos, más en algunos casos que en otros (Domínguez, 2010). Esta fragilidad clasificatoria se entorpece más en los tiempos actuales. Se ha vuelto casi una moda, negocio o simplemente un hábito de la siempre bienvenida experimentación, la creación y renovación musicales sobre la base de la fusión.

Para resolver el problema se contó con instrumentos de corte cualitativo, entrevistas previas y observación que permitieran dilucidar cuáles eran las músicas más representativas dentro del termómetro popular de la “romántica”. Al final se concluyó en 4 géneros: la balada, el pop, el pop-balada y la bachata. La acentuación del gusto se evaluó a través de la fusión de una escala ordinal y otra nominal.⁵

5. Track número tres. Consumos y espacios cotidianos

Puede parecer un mito más, pero el slogan folclorista que expone a los cubanos como buenos bailarines y músicos no parece ser tan descabellado cuando se mira a fondo nuestra vida cotidiana. Y es que la rítmica y cadenciosa musicalidad del cubano resulta en sí mismo un rasgo casi patrimonial, cuyo cordón umbilical les conecta con la cultura africana. Por lo menos, así lo demuestran los primeros resultados del estudio.

³ La encuesta se diseñó en tres secciones que abarcaron desde preguntas de poca complejidad y fáciles de obtener como los espacios de socialización hasta la indagación de otros elementos como lo fueron la disección por géneros musicales para la medición del gusto. Este ejercicio, por lo general queda fuera en las encuestas de consumos.

⁴ Se decidió entender solo un poco más el límite etario superior por constituir un espectro más amplio que nos permitiera visualizar mejor las diferencias generacionales.

⁵ Muy frecuente (5), frecuente (4), relativa frecuencia (3), pocas veces (2) y nunca o casi nunca (1). Para evaluar los resultados que denotaban preferencias se tuvieron en cuenta los señalamientos de 5 y 4 relativos a muy frecuente y frecuente.

Llama la atención el alto número de jóvenes que asumieron haber participado en actividades relacionadas con la música, aunque sólo aproximadamente un tercio de ellos habían transitado por algunos de sus niveles de enseñanza. Este dato provoca la reflexión sobre la acentuada disposición juvenil al servicio de tales actividades, pero sobre todo, en el posible talento musical empírico.

La mayoría de los participantes en actividades musicales coincidieron ser del sexo femenino e incluso se develó mayor número de féminas que de muchachos vinculadas a su estudio. Aventurar una conclusión de género que responda a este hecho sería arriesgado, pero al menos es posible pensar en el papel que la cultura desempeña en la enseñanza musical, sobre todo desde el ámbito familiar. Recordemos que hace un poco más de medio siglo atrás la práctica del piano era un emblema de "buenas costumbres" cuando no una marca de pertenencia a la burguesía, y le era asignado sobre todo a las féminas, "señoritas del hogar". Incluso aún más atrás en el tiempo M. Weber nos recuerda que el piano doméstico emplazado en el espacio del living o sala de visitas y sobre todo en el siglo XIX era el emblema de la naciente burguesía (1971: 1176).

Al abordar las prácticas culturales y los consumos se advierte que la música sigue ocupando uno de los lugares cimeros. En pasadas encuestas el audiovisual, la música y la socialización fraterna (estar con amigos) se codeaban en los primeros puestos en tanto los más frecuentes, datos que se ratifican en el presente aunque se evidencien ligeras variaciones al respecto.

Oír música ocupa el primer lugar en el gusto juvenil, seguido por la asistencia a festividades públicas como carnavales o verbenas. Con respecto a los últimos cabe recordar que su organización responde en buena medida la creación y ambientación de espacios públicos musicales. Le continúan la socialización fraterna que en nuestros instrumentos metodológicos fue referida como "estar con amigos" y el visionaje de DVD o video, el cual ocupa el cuarto lugar seguido por aquella que señala pasear o salir.

Ahora bien, la socialización amistosa de los jóvenes constituye una práctica cultural abarcadora. En cualquier lugar de la trama pública, en el espacio privado de los hogares o de alguna institución los jóvenes socializan: conversan, susurran, ríen y al final se ponen al corriente sobre los acontecimientos que para ellos guardan más significación. Ahora bien, muchas veces como telón de fondo de las conversaciones se puede escuchar los sonidos de alguna música, o incluso es la música, el video clip o alguna figura de su mercado uno de los temas de conversación.

En trabajos de observación dentro de espacios públicos barriales, ha sido recurrente encontrar a grupos de jóvenes reunidos y escuchando música en los escalones externos (domésticos o de instituciones de servicio), que caracteriza a cierta tipología arquitectónica ajustada a las exigencias topográficas del accidentado terreno santiaguero. Muchas veces este grupo de jóvenes, casi siempre no más de siete, tiene algún aditamento que proyecte el sonido, o expone en la parte frontal de las viviendas algún equipo de mayor envergadura y por supuesto mayor potencia sonora. La última no es una práctica exclusiva a los jóvenes⁶, aunque bastante frecuente en ellos.

Por otro lado, la recepción radial constituyó uno de los consumos menos señalados; se ratifica así el resultado de investigaciones anteriores que demostraron un descendimiento del mismo para las jóvenes generaciones. Ello no significa que se ignore la radio, sólo se escucha poco. Ahora bien, se tuvo a bien desglosar como se comportaba la recepción radial para los jóvenes en términos de géneros radiofónicos tras la finalidad de hacer emular el musical en comparación con los otros. En ese sentido se corroboró que si bien es el consumo de radio una de las prácticas menos favorecidas, son los espacios musicales los más sobresalientes entre aquellos que todavía lo subrayan. En suma, dentro de un ámbito de prácticas culturales donde el consumo radial se halla cada vez más amenazado por la indiferencia juvenil y la competencia tecnológica, la opción más resistente corresponde al musical.

En relación al tópico "Espacios de recreación y ocio" se evaluó qué puesto ocupan los musicales en la lista de preferencias, y para ello se tuvo en cuenta la peculiar y polifacética disposición de nuestros espacios de recreación gracias a la cual un mismo lugar sirve de plataforma a más de una manifestación escénica. Por ejemplo: los teatros son receptores de músicos, artífices de la danza, lo mismo que de obras humorísticas; y las salas oscuras de los cines - quizá un hecho más contrastante- puede albergar del mismo

⁶ En las fiestas familiares, se ha vuelto costumbre que junto a las botellas se halle un equipo de música de gran envergadura sonorizando todo el panorama vecinal.

modo las obras del séptimo arte que a los humoristas y cantantes. Dada esta singularidad delimitamos los espacios de recreación con las actuaciones más frecuentes de sus salones.

Una primera mirada a las cifras parecería dudosa y contradictoria, pues la mayoría del público joven marcó de frecuente la asistencia al teatro; pasa a ser así la opción más señalada cuando al mismo tiempo no es precisamente el arte dramático una práctica favorita⁷. El aparente misterio se dilucida en la denominación con que se tituló cada espacio con estas características, en el presente caso "Teatro espectáculos humorísticos", lo cual explica que esta asistencia está dada por el interés en el humor.

Muy parecido y continuándole en este listado de preferencias se ubica la asistencia a los cines ante la presentación de los mismos espectáculos. Sendos señalamientos dejan al descubierto que los jóvenes gustan más de ir al cine tras dichas motivaciones que por la exposición del séptimo arte, así como ir al teatro cuando se trate de esta singularidad de la escena.

Por otro lado, casi la mitad de los jóvenes también resaltó la asistencia a teatros pero tras el objetivo de disfrutar espectáculos musicales. Aquí se presenta un dato a destacar. Si se compara la práctica de oír música, la misma que ocupa uno de los lugares cimeros entre las prácticas de consumo, con su búsqueda a través de la asistencia a espectáculos, la última merma considerablemente. Una mirada antinómica que permita comparar estas dos maneras de estar en contacto con la música demuestra su permanencia y preferencia en la vida cotidiana, en tiempos y espacios variables; domésticos o públicos.

La asistencia a conciertos supone la búsqueda del disfrute en el placer estético implícito en la escucha y en el mismo espectáculo, las ganas de bailar satisfechas en el público cuando se trate de géneros bailables y la socialización que casi siempre se genera en torno al hecho musical. La realización de entrevistas grupales y grupos focales evidenció precisamente que los jóvenes tienen ganas de aliviar la rutina semanal laboral o escolar; por ello salir de sus casas, bailar, comunicarse en ambientes musicalizados y en síntesis conectarse al sonido mediante espacios apropiados de disfrute, representa una buena opción para las parejas o grupos.

Aun así, dicha asistencia también supone esfuerzos añadidos que descansan en el desplazamiento – tortuoso⁸– de los jóvenes hacia el recinto de la función. A ello se le añade que la cotidianidad de la música y la facilidad de personalizarla a través de la tecnología se imponen, de ahí que resulte más frecuente estar en contacto con ella, al menos como compañía. En ese sentido, cabe recordar la reflexión de Alphons Silbermann:

(...) el silencio de la soledad hay que llenarlo con el fondo de ruidos musicales, con mucho jaleo. Así se motiva la actitud de un gran número de oyentes en la consumición de la sensación: la persona que está sola se aferra a la música mientras hace sus trabajos caseros, escribe cartas o lee novelas, mientras anda de aquí para allá, hace la comida, espera una llamada telefónica o no puede dormir. (1961: 261).

Así mismo también lo refieren los jóvenes, la incorporación de la música en la vida cotidiana es constante. Se conectan a la música cuando caminan hacia la escuela, el trabajo o a cualquier sitio, cuando realizan ejercicios físicos, los quehaceres del hogar, van al baño, duermen, e incluso algunos durante las clases no prestan atención para cederle el paso a la escucha musical. Ante la pregunta de por qué eligen el acompañamiento sonoro armonizado ellos brindaban disímiles pero comunes respuestas: entretenimiento, relajación, motivación para hacer las cosas, reflexión, incluso un chico señaló: "si no oigo música cuando estoy jugando (video juegos) no gano, por eso tiene que estar".⁹

De todos modos, la asistencia a espectáculos musicales en teatros alcanza el tercer lugar entre las propuestas marcadas como frecuentes. Muy cercano, le continúan los espacios musicales cerrados, por encima, aunque seguido, por los espacios musicales abiertos. Si bien la diferencia no es demasiado profunda, se aprecia cierta preferencia por el primero que podría interpretarse como la elección de socializar en torno a la música bajo el amparo de espacios especializados y más íntimos, donde el baile

⁷ Así se comprueba en la encuesta realizada en el marco del proyecto *Jóvenes entre procesos de inclusión y exclusión sociocultural. Consumos y prácticas culturales en jóvenes universitarios del Oriente cubano* del 2012-2014. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral de la Cultura.

⁸ Los avatares de la economía nacional se reflejan en buena medida en las dificultades del transporte público, que constituye a su vez el medio de desplazamiento más usado por los cubanos.

⁹ Entrevista grupal realizada por la autora. Octubre 2014.

constituya una de las actividades características pero el ambiente disponga de suficiente confort. Esta información puede ser especialmente valiosa para las autoridades nacionales y preferentemente locales de la institución cultura.

Se vale también decir que algunos, los que todavía no trabajan, no manifestaron diferencias sensibles entre espacios abiertos y cerrados. Para ellos, "hay que hacer de todo, y todo tiene su momento"¹⁰. Manifestaron así tiempos para ir a la discoteca, aunque no haya dinero y otros para estar en la calle con los amigos.

Por su lado, los "medios masivos de comunicación" desempeñan un rol importante en la recepción de audiovisuales donde el musical ocupa un lugar preeminente. Los musicales se visualizan fundamentalmente en formatos Videos/DVD e incluso en las computadoras; formatos y programas que superan en una sensible diferencia la recepción de la programación televisiva habitual.

Para los jóvenes existen evidentes ventajas en la programación audiovisual conformada por ellos mismos. En primer lugar, se auto gestiona y visualiza a su antojo, dándoles la sensación de libertad para elegir y/o comprar los productos que van a formar parte de sus listas de ocio y entretenimiento; por lo general renovadas constantemente. Por otro lado, se caracteriza por contar con diversas fuentes de procedencia, lo cual demuestran una dinámica circulación que bien se aviene al fenómeno que Alain Basail describía en el 2006 sobre los circuitos alternativos de recepción audiovisual, los mismos que ahora no sólo son la competencia de la programación televisiva habitual, sino el sustento mayoritario del imaginario audiovisual por lo menos juvenil.

En relación a los "medios para escuchar la música", sobresale el uso del DVD, por encima, aunque muy cercano a los equipos de reproducción. Los aditamentos personales tecnológicos como el pendrive (MP3, MP4 o Ipod) al igual que el uso de la computadora en función reproductora fueron señalados por más de la mitad de los jóvenes, seguidos por los celulares. Alrededor de un tercio también subrayó como un medio de escucha importante e involuntario los equipos cuyos sonidos invaden los espacios públicos, informales y cotidianos.

Un dato que llama la atención es la superioridad de uso como reproductor de música del Video o DVD en relación a los equipos destinados propiamente para ello. Una de las causas estriba en la facilidad de los formatos de reproducción audiovisual para seleccionar la música toda vez que tales equipos permiten visualizar las listas en toda la pantalla. Por otro lado, la adquisición de los DVD puede ser más factible que la de un equipo de música, pues los primeros aportan dos opciones de consumo: música y audiovisuales, los segundos, aunque reproducen con mayor calidad el sonido musicalizado, se limita al audio. No es ocioso recordar cómo paulatinamente la música sólo como sonido ha cedido terreno a su fusión con el audiovisual; un compromiso que asegura su carácter de espectáculo y en función del cual se fertiliza todos los días el engranaje de las industrias del entretenimiento.

"Las vías para conseguir la música", por su parte constituyó otra variable evaluada. En primer lugar y casi con exclusividad se ubicó la distribución musical informal por medio de amistades, la llamada "mano a mano". En segundo, y de sensible diferencia respecto al anterior se ubica la compra de música en los puestos privados de la calle.

A niveles muy bajos quedaron la búsqueda en la red universitaria intranet, la grabación en vivo en los conciertos y las tiendas de discos donde se venden los originales. El uso de internet para tales propósitos se ubicó en los puestos más bajos. Evidentemente en esta última se expresa una distancia radical que separa la magnitud el fenómeno internauta vivido por una gran parte orbe con el caso cubano, donde la red de redes se explicita más en la avidez juvenil de su uso que en la real participación de usuarios, un hecho que tiene como trasfondo causas económicas.

También se percibe claramente una vez una de las peculiaridades de la industria fonográfica cubana y en general del universo sonoro de la isla. Su canal fundamental de distribución depende de la red informal de intercambio. Incluso la comercialización depende en gran medida de las ventas privadas, práctica basada en la piratería y penada en varios países del orbe, pero que en Cuba dadas las limitaciones de la industria discográfica por satisfacer la demanda del público natural se vio legalizada desde el 2008 (Pedroso, 2008: 67-70).

¹⁰ Ibidem

6. Track número cuatro. Para los gustos canciones y para canciones preferencias musicales

Interminables carpetas digitales sonoras viajan diariamente con los más afortunados consumidores, le esperan en los almacenes privados de la PC, el pendrive o los discos compactos. Otros esperan encender la radio o televisión, o al menos la fiesta del fin de semana para ponerse al día con lo nuevo y más mediático en la escena juvenil. Casi semanalmente se conforman listas de éxito de programas radiales y televisivos, al tiempo que otras se articulan en un termómetro popular que no siempre es simbólico. Lo cierto es que un rosario polifónico de preferencias transita diariamente por el universo sonoro de los jóvenes y en ese sentido se refiere la segunda parte de la investigación. En esta sección el desglose por grupos etarios fue primordial, pues permitió visualizar diferencias sensibles por edades e inclusive por sexo.

En la cúspide se ubica la popularmente conocida música romántica. Bajo su alero se halla primeramente la preferencia por "la balada", cuyo aumento se evidencia de forma proporcional a medida que lo hace la edad de los jóvenes. En este ítem prevalece además el sexo femenino. "El pop-balada" y "el pop" no mostraron niveles significativos de diferencias generacionales, ni de género. Por el contrario, el gusto por "la bachata" disminuye, y lo hace acentuadamente a medida que aumenta la edad.

Un *close up* en este punto posibilitó advertir una notable presencia de la denominada canción ligera o comercial dentro del conglomerado música romántica, donde la balada (no siempre tan ligera y de hecho con grandes hits) ocupa un lugar central, seguida de cerca por los otros géneros. Tales resultados se ajustan al trabajo que desempeñan las transnacionales de la música, en el diseño y envase de buenos, mediocres y malos exponentes pensados para seducir a un público que espera ver reflejadas sus inquietudes universales.

De buenos o malos intérpretes –"porque hay de todo en la viña del Señor"- las melodías "románticas" son generalmente fáciles de aprender, memorizar, cantar y, a su vez, estar al tanto no sólo de las sonoridades mediatizadas, sino también, y a veces con más fuerza, del estrellato musical. Una vez aprehendidas, en pleno proceso de consumo musical, devienen en cotidianas, evocadoras de memorias, tiempos pasados y presentes, pero a su vez jugado el rol de mediadoras entre los propios jóvenes, una manera más de expresar que se está a la moda, se vive el aquí y el ahora. El tema, o si se quiere, megatema amor/desamor prevalentemente de pareja también le da espacios -aunque mucho menores- a otros: la amistad, la autoayuda, situaciones cotidianas y hasta problemas sociales.

Ahora bien, resulta un hecho curioso que con un género de larga tradición en las culturas musicales caribeñas como la bachata el comportamiento del gusto juvenil adquiera aquellos matices en relación a las generaciones. No parece ser fortuito. En el actual 2014 la bachata se ha convertido en uno de los géneros más mediáticos, visibles en la moda musical a partir del auge de algunos intérpretes extranjeros como Anthony (Romeo) Santos o Geoffrey Royce Rojas (Prince Royce). Tanto la alta mediatización de este género en consonancia con algunos de sus cantantes semantizados en el crisol de una industria musical que con ello apunta preferencialmente al público joven-adolescente, sobretodo femenino, podrían considerarse condicionantes para que sean aquellos más apegados a la adolescencia quienes la prefieran. Tampoco es un hecho nuevo ni aislado; la acción empresarial que emprenden los oligopolios mundiales de la música en la construcción y lanzamiento de íconos musicales destinados al público juvenil es una de sus más tradicionales empeños hacia el fácil entretenimiento y el consumo.

Teniendo en cuenta la importancia de la moda sonora en la construcción del universo simbólico musical juvenil, se tuvo a bien insertar entre los disímiles géneros a señalar uno abierto referido a "cualquier música pegada". El mismo tuvo como finalidad evaluar el apego de los jóvenes a la moda musical, pues muchas veces el éxito no depende del género en sí, sino de lo mediatizado que pueda ser el hit o su videoclip¹¹. En ese sentido la evaluación de la bachata coincide con éste ítem, pues quienes más

¹¹ Una de las características del consumo en las sociedades actuales es el carácter efímero de las mercancías y los estilos de vida edificados sobre ellas. Se visibiliza así la obsolescencia, constante movilidad y proliferación de alternativas de consumo, así como adquisición y la eliminación sistemática de los bienes. De acuerdo a ello, los cambios constantes y metódicos en las mercancías han llevado a una desvalorización del ideal de permanencia, de lo estable, en donde la norma es la valoración hacia lo nuevo en sí mismo (Lipovetsky, 1986; 2002). La obsolescencia se puede entender también en el marco de los productos culturales y en especial en la música, hecho comprobable en la permanente y fútil transformación de la moda musical.

“muy preferido y preferido” fueron los jóvenes más cercanos a la adolescencia 16-19 años, aunque a nivel general el mismo no alcanzó mucho más puntaje. Prácticamente sólo los jóvenes de este subgrupo lo señalaron. En este mismo caso y ejemplo representativo se halla el fenómeno, probablemente de turno, del “pop coreano”. Muchas chicas adolescentes refirieron su afición hacia él, desencadenada gracias a la alta demanda de “doramas”, seriales de procedencia surcoreana.

La música urbana, electrónica y la popularailable le continúan a los géneros anteriores en las listas de preferencias. En primer lugar se ubica el “reguetón” tanto de factura nacional como internacional, los mismos que al igual que la bachata muestran una disminución de cifras a medida que ascienden las edades evaluadas. Por otro lado, se remarca una tendencia masculina más que femenina en el gusto por este ritmo, cuyas causas se rastrean en las propias características del reguetón; masculino por excelencia. Franco de críticas por considerarse machista, misógino, lo cierto es que nació pensado por hombres para describir situaciones sociales marginales. Allí la mujer ocupa un papel especial, como objeto del deseo masculino, más allá de lo erótico pisa el terreno de lo sexy o lo pornográfico. En menor medida también se rastrean algunas canciones que se despojan de vulgaridades y apuntan al amor femenino, muchas veces en la misma línea creativa que las canciones “románticas” ligeras.

El discurso hacia otras realidades apegadas al estereotipo de lo marginal, sigue albergando una visión masculina referente lo mismo a la calle, al barrio, conflictos o supuestos conflictos entre los propios cantantes por sobresalir en el gusto popular (la llamada tiradera), el énfasis en las pretensiones materiales, también la diversión, el baile, y por qué no temas universales como el humor, la amistad y una vez más amor. Esto podría explicar por qué la balanza de las preferencias hacia el reguetón se inclina más hacia los jóvenes que las jóvenes, en contraste, aunque no tan marcado, con la balada.

Siguiendo la ruta de preferencias continúa el merengue, que no aporta diferencias significativas entre gustos generacionales. Sin embargo, sí pasa con los sucedáneos: “la disco” o “techno” y “la salsa o timba”. En los primeros, se trata de referencias generales a la disco y todos los géneros afines. En este ámbito se observó una disminución abrupta inversamente proporcional a la edad, lo cual hace pensar que son los apegados a la adolescencia quienes se involucran más regularmente con estos sonidos electrónicos. En los segundos se pretendió abarcar la música popularailable cercana al fenómeno salsero que en nuestro país también se traduce con fuerza en la escena timbera. En ese sentido se advierte que las preferencias aumentaban al tiempo que lo hacen los grupos etarios, todo ello a través de una diferencia más escalonada que la visualizada en los datos de la música disco.

La salsa y la timba al igual que la disco constituyen músicas para bailar, criterio que no las reduce a ello. La primera se caracteriza por una danza en parejas, para la cual se requiere dominar singulares figuras de baile que no todos conocen. De hecho, es justo en la adolescencia y juventud cuando la socialización grupal impulsa a los bailadores a apoderarse del terreno danzario de esta música. Baile semi-espectacular, frustración de algunos y deleite de otros, lo cierto es que constituye una de las tradiciones más arraigadas en el contexto músico de ocio cubano. En la orilla opuesta se halla el caso disco, cuyos beats fuertemente percutidos, invitan lo mismo a contorsiones corporales sin esquemas preconcebidos, que a sentir mediante la conexión al sonido la desconexión del mundo circundante. Bien pudieran habitar allí algunas causas de las diferencias preferenciales por generaciones. Sin embargo, sería un profundo error soslayar la significación de la música como producto cultural y los ciclos de la moda musical, ambos con un rol si no más significativo, al menos de peso en dicho eslabonamiento.

Hasta aquí se han expuesto los géneros más subrayados en las preferencias juveniles. Aun así, todavía se pudieron constatar otros datos sobre la estructuración del gusto musical con respecto a otras músicas, menos elegidas por la mayoría. En ese caso se halla la de concierto expresado en la instrumental (también llamada clásica y con menos justicia culta) y la coral. El gusto por la primera asciende escalonadamente por generaciones, similar a algunos de los anteriormente descritos. La música coral posee muy poca presencia con puntajes de muy preferido y preferido en todos los grupos etarios, aunque señalada exclusivamente por el diez por ciento del total.

Se prestó especial atención a la trova teniendo en cuenta su tradición centenaria en la ciudad y la permanencia de un Festival¹² que cada año gana adeptos e involucra no sólo a los intérpretes y

¹² Se refiere al Festival de la trova Pepe Sánchez, el más longevo todavía en vigencia desde el triunfo de la Revolución en 1959 pues se desarrolla desde el año 1964. Tiene como fin primordial presentar y a su vez promocionar a nuevos y

compositores sino a todos los amantes de la buena canción¹³. Se tuvieron en cuenta la trova tradicional, la nueva trova y la novísima; todas ellas poco señaladas y de las cuáles la segunda alcanzó más puntuación. Fue posible evidenciar que en toda la trova, dividida metodológicamente en sus tres momentos fundamentales aunque fue poco señalada en general se incrementó la preferencia a medida que avanzaba la edad de los encuestados, del mismo modo que ocurría en los anteriores ritmos.

Muy solapados, y casi a niveles inapreciables quedaron géneros como el rap, hecho relevante si se mira comparativamente los altos niveles del reguetón, cuyos vasos comunicantes son históricos, y el rock, aún con menos presencia que el anterior. No quiere decir esto que nos e escuchen tales géneros. El dato apunta más precisamente hacia la formación de públicos de poca membresía pero bien definidos, los mismos que pueden convertirse en el gen de la formación de culturas.

7. Beat número seis. Blasfemar y silbar: Consumos musicales involuntarios

Estudiar la singularidad el consumo musical, en vez de considerarlo sucintamente como uno más, entre la pléyade de datos adquiridos en las investigaciones de consumos culturales, reviste un beneficio especial. Consiste en la consideración detenida de la expresión artística que le da forma, la música. Este ha sido uno de los puntos flacos de los estudios de consumos en las artes, el marginar las peculiaridades de las expresiones artísticas, lo cual redundaba en una globalización de datos que puede complejizar el entendimiento de las maneras y las causas radicadas en el corazón mismo del proceso.

Cuando se ubica la mirada sobre las disímiles encuestas de consumos, en especial los cuestionarios o sus secciones correspondientes a la parte musical, sobresale un maremágnum de gustos sonoros que dependen en buena medida de regiones geográficas y áreas culturales. En este estudio si bien se describen e interpretan los gustos musicales juveniles, también se tuvo como premisa el abordaje de una dimensión muy poco percibida y aún menos estudiada por los interesados sobre el tema, la involuntariedad del sonido y uno de sus corolarios; la apropiación melódica a disgusto. Este rasgo presente aunque soterrado en algunas cruzadas musicológicas, ya fue explicado en la sección teórica pero será ilustrado aquí con los resultados del trabajo metodológico desarrollado.

¿Te has sorprendido alguna vez tarareando alguna canción que te disguste? Uffff un montón de veces, esa de... no la resisto, y como me atormenta, tanto que después la canto ahí, sin darme cuenta.

Esencialmente así inician muchas de las conversaciones con jóvenes, y del mismo modo las herramientas metodológicas dirigidas a este tipo de consumos. Apropiaciones propiciadas, en parte, gracias a la estructura social y urbana de la nación cubana, la misma que fecunda una constante intersección de sonidos y gustos. A ello se le suma una inactividad de normas judiciales de convivencia que en la praxis de la vida cotidiana coadyuva el tránsito indiscriminado de sonidos musicalizados, de volúmenes diversos y en horarios indistintos. En virtud de tales condicionantes, la apropiación musical se puede desarrollar con diferente medida, en cualquier espacio social. Bien cabe el ejemplo del sujeto que en su hogar comparte involuntariamente las melodías que su vecino o el barrio en general reproducen a altos volúmenes o aquel que al viajar en el transporte público no escapa la música proveniente de los dispositivos de sonido instalados en el lugar.

Este hecho provoca cierta comunión entre los consumidores a gusto, pero al unísono molestia e irritación a otros. Ambas actitudes, aunque contrapuestas, pueden fusionarse en cierta sinergia desarrollada al compartir la música, pues el mismo sujeto intolerante muchas veces repite sin contradicción la melodía escuchada o marca con su cuerpo el ritmo si es fuertemente percutido.

Las preguntas llevadas a cabo en esta sección se respondieron sólo por el cincuenta y siete por ciento de los encuestados, aunque en las entrevistas todos hallaron respuestas personales a las

veteranos talentos de la canción trovadoresca de Cuba y en especial de Santiago, y de esa forma revitalizar cada año el gusto por este género.

¹³ Se refiere al complejo *Canción*, uno de los denominados complejos musicales que conforman los grandes s de la música cubana según el musicólogo y maestro Argeliers León. Al interior del mismo, también se reconocen por ejemplo el bolero y el feeling.

interrogantes. Sus principales obstáculos metodológicos se hallaron en la poca convencionalidad de las preguntas y la apelación a la memoria del encuestado o el entrevistado. En caso de la realización de las encuestas este último factor fue aún más riesgoso para el buen desarrollo de la investigación, pues su carácter impersonal provocó que casi la mitad no tuviera la disposición para responderla. Amén de los escollos metodológicos y conscientes del riesgo que suponía añadir una sección como ésta en la investigación se pudieron construir datos convertidos en los resultados que a continuación se exponen. En esta parte no resaltaron distancias acentuadas en relación a la edad, las generaciones o el género como se visualizó en la segunda sección.

En primer lugar muchos de ellos recuerdan con desagrado una fraseología de canciones que aunque no les gusta, se han sorprendido cantando. Concierten en recordar textos que provienen del estribillo o coro de las canciones, hecho que se explica con obviedad: al estribillo corresponde la estrofa repetida una y otra vez, pensada para facilitar la comunión del público con la melodía, que debe ser, por lo general sencilla, sobretodo tratándose de música popular. En menor medida los jóvenes aluden al título de las canciones, lo cual indica que no necesitan conocerla para apropiarse melódicamente de la misma. También señalaron o cantaron algunas frases musicales procedentes de las estrofas delanteras. Los siguientes fueron algunos ejemplos:

Darte un beso, (primer verso del estribillo proveniente de la canción homónima de Geoffrey Royce Rojas [Prince Royce]), referida por joven de sexo masculino cuya edad se halla entre los 15 y 19 años.

Vivir mi vida (título y frase del estribillo proveniente de la canción homónima del intérprete puertorriqueño Marc Anthony) referida por joven de sexo femenino cuya edad se halla entre los 15 y 19 años.

Quien fue sino fui yo (del estribillo de canción *Quien fue* de la intérprete cubana Haila María Mompí), referida por joven de sexo femenino cuya edad se halla entre los 20-24 años.

Hablo poquito español (del estribillo y título homónimo de la canción de dúo cubano LKM), referida por joven de sexo masculino cuya edad se halla entre los 25 -30 años.

Los aretes que le faltan a la luna (frase de estrofa de la canción *Los aretes de la luna* del compositor José Dolores Quiñones, que popularizó el intérprete cubano Vicente Valdés, figura icónica del bolero), referida por joven de 30 años de sexo femenino.

Una rápida mirada sobre estas frases devela en primer lugar, la prevalencia de melodías que estuvieron o permanecen en los primeros peldaños del *hit parade* popular, en otras palabras, de moda. Resulta interesante el caso de aislados jóvenes en quienes la marejada melódica de ciertas canciones provoca el efecto contrario al gusto, a pesar de un consumo consensuado en positivo al interior de grupos juveniles donde se les incluye. En este caso es representativo el joven que refirió su disgusto (incluso de manera expresiva) por la canción *Darte un beso*, justo en medio de una oleada de opiniones a favor de la bachata¹⁴ y de ésta en particular.

Y es que el gusto, aunque condicionado socialmente –en lo cual repercuten las interacciones del y con los grupos, colectivos o generaciones (Megías y Rodríguez: 2003; Alphons Silbermann: 1961) se construye individualmente. El placer; su rasgo *sine qua non*¹⁵ va unido al sujeto. Es la eterna balanza que actúa en la constitución del gusto musical, su concepción individual y socio/colectiva.

El conocimiento, reconocimiento, memorización y reiteración de melodías y textos, separados o fusionados que forman parte de las canciones, expresa cierta apropiación de músicas, que no necesariamente se explicita en grado mínimo, pues a veces los jóvenes conocen más datos sobre figuras del panorama musical, que el investigador que los interpela.

¹⁴ Se considera pertinente recordar este dato que salió a la luz en la segunda sección: los jóvenes pertenecientes al primer grupo etario son quienes más se sienten atraídos por este género, que en general es un hit del momento.

¹⁵ Para analizar *el gusto* resulta casi obligación del investigador retomar las ideas de E. Kant en una de sus obras clásicas: *Crítica del juicio*.

En segundo lugar también se reconocieron los correspondientes intérpretes musicales, así como su nacionalidad. En menor medida apuntaron a algunos aspectos físicos: por ejemplo “ella es gordita, o él es bajito”, frases de dos jóvenes concernientes a cantantes cubanos. En tercer lugar algunos aludieron a los elementos estéticos que conforman la imagen e identidad artística de los intérpretes. Tales resultados ponen de relieve una vez más el poder que la imagen audiovisual ha ganado y sigue conquistando en el plano de la música. No cabe dudas que al menos en el terreno del consumo, el diseño de la imagen artística ocupa casi la misma significación que las aptitudes vocales del intérprete, lo cual se explica en la evidente y globalizada conversión de la música en espectáculo.

En cuarto lugar y en menor medida se comunicaron juicios de valor sobre los cantantes, sus puestas en escena y canciones específicas. “Qué mal lo hace”, “que mal le queda esa canción”, “eso no sirvió” fueron algunas frases repetidas, adagios del gusto. Ahora bien, no es fortuito que este sea el aspecto menos reiterado por los actores. El juicio de valor, en este caso, implica una maduración de pensamiento con respecto a alguna producción musical, incluidos su intérprete o la puesta en escena. Inclusive cuando tal madurez no se ha efectuado *strictu sensu* y estas sólo constituyen expresiones de desagrado dichas con liviandad, no pierden su carácter de juicios de valor que adquiere sentido individual. Además expresan de manera tácita la incorporación mental de la producción musical que desagrada al joven. Se ha producido la apropiación y en consecuencia el consumo.

8. Bonus track. Conclusiones

No caben dudas que la música constituye al mismo tiempo un hecho individual y social, carácter dual que atraviesa la estructuración de gustos, preferencias y consumos musicales. Desde la intimidad del ser individual se evocan pasajes vividos que la experiencia almacena en los anaqueles de la memoria humana, y desde la participación social el actor queda imbuido en los sonidos de su época, sociedad y grupo de pertenencia. Con tales prerrogativas se erige la presente investigación sobre consumos musicales en jóvenes de la ciudad Santiago de Cuba.

La música ocupa una posición prácticamente ubicua en la vida cotidiana juvenil, al tiempo que adquiere disímiles senderos de significación. Los primeros resultados advierten sobre la disposición y abundante participación de los jóvenes en actividades compenetradas con el hecho musical, al menos una vez en su vida, al tiempo que la educación en escuelas de música no es una opción que subrayan las mayorías.

En cuanto a los gustos y preferencias musicales se evidenciaron distancias profundas en la y generacionales y por tanto epocales. Los géneros más sobresalientes fueron la balada, el pop, el pop balada y la bachata, todos como parte de es conglomerado genérico conocido popularmente como música romántica. En segundo lugar quedó la música urbana expresada en el reguetón y en tercero quedaron casi a al misma distancia la timba, la disco y el merengue. A niveles más bajos de preferencias se ubicaron la música clásica, la trova, el rap y el rock.

La distinción del presente estudio se alcanza en el ítem referido a los consumos musicales involuntarios; apropiaciones desarrolladas dada la saturación sonora y el hecho de compartir constantemente y a disgusto melodías que desagradan el gusto individual. Al respecto las apropiaciones se evidencian en el reconocimiento y memorización de la música, sus textos subrayados, intérpretes, la puesta en escena y hasta los juicios de valor. Todo ello apunta hacia la incorporación de conocimientos y melodías que también forman parte del mundo sonoro cotidiano del sujeto joven.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. (2006): *Escritos musicales I-III. Obras completas*. Madrid: Akal.
- Basail, A. (2006): “Consumos culturales e identidades deterioradas. Políticas culturales y lo social cubano invisible”, en Basail, A. Ed.: *Sociedad Cubana Hoy. Ensayos de Sociología Joven*: 270- 295. La Habana, Cuba: Editorial de Ciencias Sociales.
- Callejo, Javier. (1995a), “Elementos para una teoría sociológica del consumo”, *Papers*, 47: 75-96.
- (1995b): “La construcción del consumidor global”, *Sistema*, 126: 77-96.

- Casanella L., González N., y Hernández G. (2005): "El reguetón en Cuba, un análisis de sus peculiaridades", en VII Congreso IASPM-AL, La Habana. [10/12/2009]. Disponible en web: casa.cult.cu/musica/iaspm/resumenes.doc.
- Colectivo de autores (2014): *Jóvenes entre procesos de inclusión y exclusión sociocultural. Consumos y prácticas culturales en jóvenes universitarios del Oriente cubano*. Santiago de Cuba: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Oriente. [Proyecto de investigación].
- Domínguez, Y. (2010): "Presentación al dossier de la revista", *Revista Cubana de Música Clave*, 12 (1-3): 2.
- García Canclini, N. (1999 [1993]): *El consumo cultural. Una propuesta teórica*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Gómez Suárez, L. (2011): "La juventud como categoría social", en Colectivo de autores Eds.: *Lecturas de la realidad juvenil cubana a principios del siglo XXI*: 10-31. La Habana: Centro de Estudios sobre la Juventud.
- Kant, I. (2006 [1790]): *Crítica de juicio*. Madrid: Espasa.
- Lipovetsky, G. (1986): *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- (2002): *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Martín Cabello, A. y Hormigos Ruiz, J. (2004): "La construcción de la identidad juvenil a través de la música", *Revista Española de Sociología*, 4: 259-270.
- Marx, K. (1981 [1894]): *El Capital*. La Habana, Cuba: Editorial de Ciencias Sociales.
- Megías Quirós, J. J. y Rodríguez San Julián, E. (2003): "Jóvenes entre sonidos: hábitos, gustos y referentes musicales", *Instituto de la Juventud en España (INJUVE)*. [22 /12/ 2010]. Disponible en web: fad.es/sala_lectura/jovenesentresonidos.pdf
- Maffesoli, M. (2004 [1996]): *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades de masas*. México: Siglo XXI.
- Pedroso, X. (2008): *Panorama de la discografía en Cuba. 1990-2008*. La Habana, Cuba: Instituto Superior de Arte. [Tesis Doctoral]
- Silbermann, A. (1961): *Estructura social de la música*. Barcelona: Ariel
- Weber, M. (1971 [1922]): *Economía y Sociedad*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Sociales.

Breve CV de la autora

Ligia Lavielle Pullés es Graduada de Historia del Arte y Máster en Desarrollo Cultural Comunitario, ambas titulaciones obtenidas por la Universidad de Oriente (Cuba). Actualmente trabaja en una investigación doctoral conjunta con las Universidades de Oriente y Amberes sobre culturas juveniles desarrolladas alrededor de la música. Sus campos de investigación se mueven entre los estudios de consumos, de juventud y la sociología de la música.