



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TESIS DOCTORAL

Título
De la escucha atenta a la escucha visual. Aproximación teórica a los modelos de percepción de la música
Autor/es
Ismael Peñaranda Gómez
Director/es
Pablo Lorenzo Rodríguez Fernández
Facultad
Facultad de Letras y de la Educación
Titulación
Departamento
Ciencias Humanas
Curso Académico



De la escucha atenta a la escucha visual. Aproximación teórica a los modelos de percepción de la música, tesis doctoral de Ismael Peñaranda Gómez, dirigida por Pablo Lorenzo Rodríguez Fernández (publicada por la Universidad de La Rioja), se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.

Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.



**UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA**

TESIS DOCTORAL

**DE LA ESCUCHA ATENTA A LA ESCUCHA VISUAL.
APROXIMACIÓN TEÓRICA A LOS MODELOS DE
PERCEPCIÓN DE LA MÚSICA**

D. ISMAEL PEÑARANDA GÓMEZ

2022

Programa de Doctorado en Humanidades

Línea de investigación:

Historia social y cultural. Edad Media y Edad Moderna

Área: Musicología

Tutor y director de tesis:

D. PABLO L. RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTOS

A los ocho años aprendí saxofón y solfeo con Matías Ojeda, con quien acabé el grado elemental de música. Nunca aparecerá en los libros de historia de jazz, pero Matías destacaba por ser un gran improvisador en estilos tan diversos como el *fox trot*, el bolero, el cha-cha-chá, el calipso, la samba, el merengue, el *beat*, el *soul*, o el pasodoble. A él le debo el método, el lenguaje, el transporte y la repentización, pero también el amor a toda la música y el respeto al oficio.

En el Conservatorio aprendí técnica, interpretación, historia, estética, etc. Le estaré eternamente agradecido a Félix Tornes por hacerme ver lo útil que hay en la música. También por sus animadas conversaciones en los viajes de ida y vuelta de Logroño a Pamplona durante seis años. No me olvido de Mikel Andueza, de su sabiduría en el mundo del saxo clásico y del jazz. Tampoco puedo dejar de citar al catedrático Javier Garayalde, gran músico y cultivador del ambiente de jazz en la noche pamplonesa.

De la Universidad de La Rioja debo agradecer al excelente claustro del departamento de musicología. Gracias a Teresa Cascudo, Pilar Ramos, Thomas Schmitt, Miguel Ángel Marín y Pablo L. Rodríguez aprendí no solo de historia, pensamiento musical, sociología de la música, discología, técnicas de investigación o teatro hispano, sino a tener cuidado ante el peligro de los dogmas en el estudio y la investigación. Con ellos compartí seis años de licenciatura y tres de máster. Quiero agradecer especialmente a Teresa Cascudo la posibilidad que me brindó de participar en su libro *Un Beethoven Ibérico* por ella editado, por sacarme de la rutina del trabajo que exige la tesis y conseguir que me evadiera por unos momentos del farragoso trabajo teórico y conceptual en el que estaba inmerso.

Cinco años de trabajo dan para mucho en la vida ordinaria de cualquier persona. Una pandemia global sesgó el hilo que le unía a la vida de mi primo Miguel y su madre, mi tía Palmi. Además, el tributo que el tiempo siempre exige para sí decidió que había llegado el momento de mi tío Patxi, mi tío Tomás y mi suegro Mariano. Algunos de los que me acompañan tuvieron que batirse en duelo con la parca por culpa del Covid-19, como mi suegra Prudencia, recientemente viuda. En julio del 2021, mientras estaba sumergido en la tesis, yo mismo sufrí un grave revés de salud que superé con buenas dosis de paciencia y ánimo con el apoyo de mi familia y amigos. A pesar de todo, nunca me ha faltado el cálido aliento de mis seres queridos.

No puedo olvidarme del que fuera mi profesor de inglés en el bachiller, Luis Aranzubía, catedrático con una experiencia sobrada y unos conocimientos en idiomas de los que he podido aprovecharme cada vez que alguna frase, párrafo o expresión se me resistían. Sin sus

anotaciones y consejos me hubiera sido harto difícil traducir algunos párrafos de la bibliografía consultada.

Esta tesis tampoco hubiera sido posible sin el cariño, amparo e impulso de Silvia Lerena, a quien debo sus lecturas legas pero atentas a altas horas de la madrugada. Su visión profana pero crítica me ha obligado a no alejarme del lenguaje sencillo y práctico. Por su puesto, a mis hijos por sufrirme tardes enteras frente al ordenador y largos fines de semana de reclusión.

No me olvido de Arantza Quintanilla y Juan Lucas de la revista *Scherzo* por abrirme las puertas de sus oficinas y dejarme hojear y enredar en sus archivos.

Le estoy muy agradecido a Alexis E. Gros por acudir raudo a mi llamada ante unas dudas acerca de su traducción del libro *Resonanz. Eine Sociologie* del filósofo alemán Harmut Rosa y que me fueron de gran utilidad.

Gracias a todo el personal de la biblioteca de la Universidad de La Rioja y especialmente a su directora Marta Magriñá. No me olvido de la EMYDUR, la Escuela de Máster y Doctorado, por el amparo, la información y la celeridad en la respuesta administrativa. Especialmente deseo nombrar a Esther Lapeña Jiménez por informarme de cursos, jornadas, congresos y la atención cercana, célere y personalizada que siempre dispensa.

De gran ayuda fue el periodista Juan Ramón Pardo, a quien rogué someterse a una entrevista improvisada en el palacio de Congresos de Oviedo, dentro del I Congreso Internacional JAM celebrado en noviembre de 2018. Sus anécdotas y su conocimiento sobre la recepción del disco compacto me abrieron los ojos a nuevas búsquedas y comprobaciones.

No puedo acabar más que agradeciendo a quién ha sido mi mentor, colaborador entusiasta, corrector incansable y lúcido preceptor, mi director y tutor Pablo Lorenzo Rodríguez. A pesar de los altibajos emocionales y las dudas sufridas en el desarrollo de esta tesis, sin sus consejos y advertencias, sin las dilatadas reuniones y discusiones presenciales y telefónicas en tiempos de confinamiento, soy consciente de que no hubiese podido ponerle el punto final a esta tesis.

A todos, infinitamente agradecido y recordados.

AGRADECIMIENTOS.....	I
1. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. OBJETO DE ESTUDIO	9
1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	21
1.3. MARCO TEÓRICO	29
1.4. METODOLOGÍA	45
1.5. HIPÓTESIS.....	56
1.6. ESTRUCTURA DE LA TESIS	59
2. FACTORES INCIDENTALS EN LA ESCUCHA Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN.....	63
2.1. TEORÍA DE LA ESCUCHA. DEFINICIÓN.....	63
2.2. FACTORES INCIDENTALS EN LA ESCUCHA	75
2.2.1. <i>Factor fisiológico-neuronal</i>	85
2.2.2. <i>EL factor psicológico</i>	88
2.2.3. <i>El espacio físico (factor espacial)</i>	97
2.2.4. <i>El factor tecnológico</i>	105
2.2.5. <i>El factor socio-técnico de la escucha. Algunas teorías sociales aplicadas a la escucha.</i>	141
2.3. CLASIFICACIONES DE LA ESCUCHA Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN PROPIA (SCHAEFFER, CHION, DELALANDE, CRAWFORD).....	166
3. LA ESCUCHA ATENTA	187
3.1. LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESCUCHA ATENTA.....	195
3.1.1. <i>La construcción de la escucha atenta en la música en vivo</i>	197
3.1.1.1. <i>De composición a opus y de artesano a genio</i>	211
3.1.1.2. <i>La escucha atenta como legitimación del poder</i>	231
3.1.1.3. <i>La escucha atenta en la música grabada</i>	253
3.2. PREPARACIÓN FORMATIVA A UNA ESCUCHA ATENTA.....	278
3.3. JERARQUÍAS EN LA ESCUCHA ATENTA	285
3.4. DECONSTRUCCIÓN DE LA ESCUCHA ATENTA	291
3.4.1. <i>Música ambiental</i>	300
3.4.2. <i>El muzak</i>	307
3.4.3. <i>La función secundaria de la música de cine</i>	308
3.4.4. <i>La radio como música ambiental</i>	309
3.4.5. <i>¿Música popular o muzak?</i>	311
3.4.6. <i>El 'streaming' como hilo musical</i>	315
4. LA ESCUCHA COMO RITUAL	321
4.1. TRES CASOS DE ESTUDIO: PARÍS, LEIPZIG Y LONDRES.	326
4.2. RITUALES DE ESCUCHA EN LA MÚSICA GRABADA	333
4.2.1. <i>La música mecánica y la música comercial</i>	338
4.2.2. <i>La alta fidelidad como ritual de escucha</i>	348
5. LA ESCUCHA DE MÚSICA EN LA ERA DIGITAL. ESCUCHA INDIVIDUAL Y UBICUA.	365
5.1. LA ESCUCHA INDIVIDUAL.....	365
5.1.1. <i>La cultura del auricular</i>	408
5.1.2. <i>La escucha panóptica o de la vigilancia líquida.</i>	426
5.2. LA ESCUCHA UBICUA. DEL TRANSISTOR AL STREAMING	447
6. OTROS MODOS DE ESCUCHA EN LA ERA DIGITAL: ESCUCHA ATOMIZADA, DEMOCRATIZADA, OMNÍVORA, LINEAL, HIPERREALISTA Y VISUAL.	501
6.1. ESCUCHA ATOMIZADA	501
6.2. ESCUCHA DEMOCRATIZADA.....	530
6.2.1. <i>La tecnología, un medio democratizador</i>	530
6.2.2. <i>La democratización en el acceso a las grabaciones</i>	533
6.2.3. <i>¿Globalización del gusto o expansión cultural? ¿Mercado o cultura?</i>	545

6.3.	ESCUCHA OMNÍVORA.....	571
6.4.	LA ESCUCHA LINEAL.....	588
6.5.	ESCUCHA HIPERREALISTA.....	594
6.6.	ESCUCHA VISUAL.....	601
6.7.	EPÍGOLO DE UNA BREVE HISTORIA DE LA ESCUCHA.....	620
7.	CONCLUSIONES.....	629
	BIBLIOGRAFÍA.....	637
	ANEXOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

RESUMEN

En varias de las ramas del saber nos hemos preguntado por el dónde, el cuándo, el qué y el quién escucha música, pero la presente tesis tiene por objeto preguntarse sobre el cómo lo hacemos. Para dar respuesta al cómo no sólo debemos atender a la actitud y predisposición de quien escucha (convenciones), sino también a la propia individualidad (psicología), el bagaje cultural (sedimentación de experiencias que forman nuestro acervo de conocimiento), las tradiciones y experiencias, la ecología sonora, el uso que hacemos de las tecnologías, y hasta el momento de la historia en el que nos toca vivir. Para alcanzar este logro podemos acudir al análisis de la escucha como percepción en su sentido fenomenológico, a la historia social y cultural, a los estudios sobre el sonido (*sound studies*), a la musicología y la etnomusicología, a los estudios sobre tecnología, estudios culturales, la filosofía y hasta la historia política. Lo que aquí nos hemos propuesto ha sido desgranar los factores que inciden inevitablemente en la percepción de la música con el objeto de ofrecer una sistematización de los modos de escucha, es decir, una clasificación sobre el cómo de la escucha que pueda aplicarse al estudio de la percepción aural. Es precisamente al aplicar nuestros factores y nuestra sistematización sobre la escucha cuando hemos podido constatar que existe una historia sobre la percepción de la música aún por escribir (aunque durante los últimos veinte años han comenzado a aparecer trabajos al respecto), y que lo que hoy entendemos por escucha atenta no es más que un constructo que surge a finales del siglo XVIII, se consolida a lo largo del XIX, experimenta su primera crisis a comienzos del XX, y una gran debacle alrededor de 1980.

ABSTRACT

In several branches of knowledge we have asked ourselves about where, when, what and who listens to music, but the present thesis aims to ask ourselves about how we do it. To answer the question of how, we must not only take into account the listener's attitude and predisposition (conventions), but also our own individuality (psychology), cultural baggage (the sedimentation of experiences that form our store of knowledge), traditions and experiences, sound ecology, the use we make of technologies, and even the moment in history in which we live. To achieve this, we can turn to the analysis of listening as perception in its phenomenological sense, to social and cultural history, to sound studies, to musicology and ethnomusicology, to studies on technology, cultural studies, philosophy and even political history. What we have set out to do here has been to unravel the factors that inevitably affect the perception of music in order to offer a systematization of the modes of listening, that is, a classification of the how of listening that can be applied to the study of aural perception. It is precisely by applying our factors and our systematization of listening that we have been able to ascertain that there is a history of music perception yet to be written (although in the last twenty years work on this subject has begun to appear), and that what we understand today as attentive listening is nothing more than a construct that emerged at the end of the 18th century, consolidated throughout the 19th century, experienced its first crisis at the beginning of the 20th century, and a major debacle around 1980.

LISTADO DE ILUSTRACIONES

- Imagen 1. Informe IFPI (International Federation of Phonograph Industry) 2019. La IFPI es una organización de discográficas fundada en 1933 cuyo objetivo es velar por los intereses de la industria de música grabada. En la actualidad la conforman 1.450 compañías de 75 países.....15
- Imagen 2. *Andanté de la Symphonie en la*, Eugéne Lami's, 1840. Dibujo a pluma y coloreado con acuarelas que representa la actitud de siete hombres que escuchan el Andante de la Sinfonía N°. 7 de Beethoven. Por lo que refiere Katharine Ellis, Eugéne Lami's quiso plasmar de forma irónica algunas de las actitudes tomadas por la clase media parisina de la década de 1840. Según Thierry Maniguet, Eugéne Lami's probablemente hizo el dibujo después de la interpretación de la Sinfonía N°. 7 de Beethoven el 12 de enero de 1840 en el Conservatorio de Música (la primera audición tuvo lugar el 1 de marzo de 1829). Según información de Caroline Imbert, la obra forma parte de la serie *Histoire de mon temps*. Perteneció a la antigua colección de André Meyer. Adquisición: compra - 01/1986. Dimensiones: alto con marco 40cm con marco / 22,2 cm.....16
- Imagen 3. *Laënnec à l'hôpital Necker ausculture un phthisique devant ses élèves (1816)*, pintura de Théobald Chartran (1849-1907), National Library of Medicine, Bethesda, Maryland, EE.UU. En la imagen se puede ver el estetoscopio en la mano izquierda del doctor Laënnec.....65
- Imagen 4. Extracto de las notas analíticas de John Ella para la asociación Musical Unio. Publicado en el *Record of the Musical Union*, 1846. Editado por J. Ella. Londres: Cramer, Beale. Staatsbibliothek su Berlin, Preußischer Kulturbesitz (Mus. B 4700, 19 de mayo de 1846). Imagen tomada de THORAU, CHRISTIAN y HANSJAKOB ZIEMER: *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (New York, Oxford University Press, 2019), p. 190.....92
- Imagen 5. La cantante Rihanna en un selfi para Twitter con unos auriculares Dolce & Gabbana de perdería de cristales Swarowski y perlas.....147
- Imagen 6. Ilustración sobre tipos de asistentes a conciertos (1874). Imagen tomada del libro THORAU, CHRISTIAN y HANSJAKOB ZIEMER: *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (New York, Oxford University Press, 2019), p. 484. Tomada a su vez del *Illustrierte Zeitnug*, no. 1614, 6 de junio: 436. Bayerische Staatsbibliothek München.....207
- Imagen 7. *Die intimen bei Beethoven* de Albert Gräfle, ca. 1892.....221
- Imagen 8. Anuncio de la Victor Talking Machine de 1908 del gramófono de cuerda de acción mecánica. Imagen tomada de *The audible past* de Jonathan Sterne, p. 217. En el anuncio se insta a los oyentes a diferenciar entre la voz en vivo de Geraldine Farrar y su voz grabada.....259
- Imagen 9. Cartel publicitario del Telephonische übertragung por Munich Ludwig Hohlwain (1874-1949). Impreso por H. Sonntag Muich/Bruchsal, litografía, no. C 4/37. El cartel de Ludwig Hohlwain representa a un hombre escuchando una de las óperas emitidas vía telefónica en Munich en la década de 1920. La actitud del oyente es la heredada del siglo XIX para la música clásica pero que no fue globalmente aceptada hasta alrededor de 1900. Fíjese en el fondo con las imponentes imágenes de la máscara mortuoria de Beethoven y la cabeza de Richard Wagner usados como iconos.....272
- Imagen 10. *Functional* de Osbert Lancaster's Homes Sweet Homes (1939:77). Imagen tomada del libro *Beyond the sound* (2013) de Nicholas Cook, p. 215.....273
- Imagen 11. Anuncio de la Columbia Grafonola "Mignonette" de la revista *McClures's Magazine* de febrero de 1915, p. 4.....274

Imagen 12. Anuncio del gramófono Berliner aparecido en la revista <i>Cosmopolitan</i> de 1896. Algunos gramófonos de la Berliner Gramophone fueron ideados con varias salidas de auriculares para una escucha compartida. Imagen tomada de STERNE, JONATHAN: <i>The audible past. Cultural origins of sound reproduction</i> (Estados Unidos, Duke University Press, 2003), p. 164.	374
Imagen 13. Capturas de imágenes del informe IFPI del año 2018; en concreto de trata de las páginas 1, 3, 7 y 8.....	392
Imagen 14. <i>The Enraged Musician</i> , aguafuerte y grabado de William Hogarth (1741).	409
Imagen 15. Anuncio de auriculares de 1925 de la revista <i>Brandes</i>	410
Imagen 16. Imagen de la caja en el que se vendía el primer Walkman de Sony (1979). Se trata del modelo TPS-L2 con sobre salida de auriculares.....	413
Imagen 17: Foto tomada de pixabay.com en el que se observa la parada <i>Junction</i> del metro de Broadway, Nueva York.....	420
Imagen 18. Portada del informe IFPI 2019.....	425
Imagen 19. Gramófono portátil de la Columbia Graphophone Company del año 1915.....	453
Imagen 20. Gramófono belga en miniatura del año 1925 llamado Colibrí.....	453
Imagen 21. Gramófono suizo en miniatura del año 1920 de la casa Mermod.....	454
Imagen 22. Imagen de la primera página de la patente registrada e Estados Unidos el 24 de marzo de 1978 del <i>Stereobelt</i> inventado por Andreas Pavel (1945-). La patente sería aprobada el 25 de octubre de 1983, después de que el Walkman de Sony ya se hubo hecho famoso en todo el globo.....	462
Imagen 23. “How your recordings could go down the tube”, titulaba la revista <i>New Scientist</i> de marzo de 1998. En el artículo se advierte del uso de una tecnología que borraría todas las cintas magnéticas que estuvieran en las líneas del metro londinense con el objeto de eliminar los ruidos producidos por los auriculares, objeto de quejas de muchos usuarios del metro. Esta breve anécdota demuestra hasta que punto determinados ruidos han ido incorporándose al paisaje sonoro de las ciudades. Primero porque finalmente se aceptó el ruido de los auriculares y segundo porque en la década de 1980 parece ser que todos tomaron los estruendosos ruidos del metro como algo perteneciente al inevitable progreso.....	465
Imagen 24. Foto de Steve Jobs el día de la presentación del iPod el 23 de octubre del 2001 en el Apple Town Hall en Cupertino, California.....	471
Imagen 25. Anuncio de la plataforma ritmit.com en la revista <i>Scherzo</i> de noviembre del 2000. El texto a pie de foto del anuncio reza así: «Se acabó la dictadura del dial. Ahora, la música se escucha en la Red». Y prosigue «En la Red, el dial no pondrá los límites. Porque además de 50 canales de radio, tienes canales temáticos como Hitmania, Pop Rock, Electrónica, Músicas del Mundo, Clásica o Jazz. Y entrevistas, vídeos, especiales, top de ventas y top MP3. A partir de ahora, la forma de escuchar música no volverá a ser la misma. La música que quieras, cuando quieras	475
Imagen 26: Captura de pantalla del diario El Mundo. Fuente: Barómetro GECA y El observatorio de las Series. J. Aguirre. <i>El Mundo</i> , Gráficos.....	478
Imagen 27: Captura de pantalla de Google Books NGram Viewer para el término “Streaming”.....	486

Imagen 28. Cartel de ModerHumorist.com de abril del 2000.....	569
Imagen 29. Dos capturas de pantalla del programa Cool Edit Pro que muestran el espectro del ancho de banda de dos canciones: Hghway to hell de ACDC y el Adaguetto de la Sinfonía n°. 5 de Gustav Mahler con Karajan dirigiendo a la Filarmónica de Viena.	591
Imagen 30. Foto del Times Square de Nueva York en el siglo XXI. (Tomada de pixabay.com).....	615
Imagen 31. Anuncio de reproductores Pionner en la revista <i>Ritmo</i> , octubre de 1991, p. 180-181.....	618

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Comparación de los diferentes modos de escucha tomando como referencia los factores fisiológico, psicológico y semántico.....	181
Tabla 2. Propuesta de clasificación de la escucha.	182
Tabla 3. Tipología de oyente de Theodor W. Adorno extraída de NOTARIO Ruiz, Antonio: <i>Cibermúsica: ¿Ars Nova o Segunda Modernidad?</i> (Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 2007), pp. 123-132, en el que se sintetizan los tipos de oyentes de T. W. Adorno.....	250
Tabla 4. Variación de las ventas de soportes entre los años 2005 y 2006.....	479
Tabla 5. Mercado discográfico mundial del año 2010 en millones de unidades.....	481
Tabla 6. Mercado discográfico mundial del año 2015 en ventas.....	482
Tabla 7. Porcentaje de la población que escucha <i>streaming</i> bajo licencia. Año 2019.....	527
Tabla 8. Pago por transmisión de las 30 principales plataformas del mundo que suponen el 99, 87% de los ingresos totales de streaming.....	542
Tabla 9. Veinte principales compañías de streaming ordenadas por nivel de ingresos (en %).	543
Tabla 10. Venta de soportes en Japón por géneros y formato, año 2017.....	546
Tabla 11 (Anexos). Listado de los sencillos más vendidos en las listas de Billboard del año 1940 a 1947. La tabla se ha hecho para observar si se dio una reducción en la duración de las canciones antes de la aparición del LP.....	650

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Posibilidades en la interacción entre el intérprete y el oyente en la escucha de música.....	100
Gráfico 2. Valor de la industria musical según origen de ingresos (datos mundiales).....	103
Gráfico 3. Ventas mundiales de soportes en millones de unidades. Periodo 1991-2008.....	118
Gráfico 4: Venta de soportes en Japón por año. Periodo 1981-2028.....	135
Gráfico 5. Ingresos mundiales de la industria de la música grabada. Periodo 2001-2008. En miles de millones de dólares de los EE. UU.....	140
Gráfico 6: Esquema sobre la triple aceleración propuesta por Harmut Rosa.....	148
Gráfico 7. Propuesta propia del mismo esquema de la triple aceleración de H. Rosa.....	149
Gráfico 8. Análisis del ruido sísmico en la red de acelerómetros de España.....	297
Gráfico 9. Hogares españoles con reproductores de MP3 en la década 2007-2017.....	397
Gráfico 10. Proceso cíclico de vigilancia de los usuarios en las plataformas de streaming.....	441
Gráfico 11. Ingresos totales por ventas digitales a nivel mundial. Periodo 2009-2014. Unidades en miles de millones de dólares.....	483
Gráfico 12. Principales plataformas de streaming en millones de usuarios. Año 2018.....	484
Gráfico 13. Escucha de música grabada en diversas actividades de la vida cotidiana. Año 2018.....	485
Gráfico 14. Escucha de música digital según formato en Japón. Periodo 2015-2018.....	526
Gráfico 15. Evolución de las ventas globales de música grabada según soportes. Periodo 2006-2008.....	560
Gráfico 16: Porcentaje de individuos que descargan música desde internet en España. Periodo 2008-2017.....	582
Gráfico 17: total población 14-70 años que descarga música por tipo de dispositivo (%). Evolución 2013-2017.....	583
Gráfico 18. Evolución de las descargas de música por ordenador. 2008-2017.....	583
Gráfico 19: Evolución del total de descargas de música en todos los dispositivos. 2008-2017.....	584

1. INTRODUCCIÓN

*¿De qué sirve la libertad de pensamiento
si no es más que una libertad para negarse a comprender?*
(Rose Rosengard Subotnik, 2019, 11)¹

1.1. OBJETO DE ESTUDIO

¿Sabe internet cuándo una mujer puede estar embarazada, antes incluso que ella misma? Hoy en día, parece ser que sí². Al menos es lo que sostiene Nicholas Cook. Y si la Inteligencia Artificial y sus algoritmos son capaces de llegar a este sorprendente vaticinio, «entonces Spotify sabe qué música escucha la gente cuando mantiene relaciones sexuales y cuándo lo hacen»³. En esta turbadora predicción que nos ofrece la *big data* subyace la idea de que la constante vigilancia a la que estamos sometidos, y en concreto la vigilancia de nuestros gustos musicales, es el método empleado en la actualidad por grandes corporaciones supranacionales con el objetivo de convertir *nuestros* deseos y *nuestras* inquietudes en *su* dinero. De este modo podemos llegar a pensar que el análisis del cómo escuchamos música y en qué contextos, forma parte de la vorágine mercadotécnica en el mundo altamente tecnologizado de nuestros días.

Quiero pensar que, si existen empresas que se dedican a conocer nuestros gustos y los usos que hacemos de la música como oyentes, tal vez sea porque es importante conocer la manera en que escuchamos la música. Adelanto que siempre ha sido tan relevante como hoy conocer los hábitos de consumo del público, aunque con otros fines⁴. Esto debería llevar a preguntarnos cómo ha cambiado la forma de percibir la música con respecto a otras épocas. Y esto a su vez motivarnos a buscar cuáles han sido los factores que provocan esos cambios en los roles de los oyentes. Hasta qué punto la tecnología ha tenido que ver en los cambios de paradigma de los últimos ciento treinta años es algo en lo que también ahondaremos. Otro objetivo no menor pretende explicar cómo los factores sociales y culturales, los sistemas político-económicos, el acceso a la música y los nuevos medios de comunicación son capaces de alentar cambios en los modelos de percepción de la música.

Para dar respuestas a estos planteamientos, es de vital importancia situar al oyente en el lugar que le corresponde. Debemos reconocer —y en ello se encuentran algunas disciplinas en estos momentos— que el análisis de las reacciones del público es esencial no sólo para entender

¹ SUBOTNIK, ROSE ROSENGARD: *Developing variations. Style and ideology in Western music* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 1991), p. 11; (*But what good is freedom of thought if it amounts to nothing more than a freedom to refuse to understand?*)

² Véase https://elpais.com/elpais/2015/08/11/icon/1439304143_858615.html [7/04/2021]

³ COOK, NICHOLAS, MONIQUE M. INGALLS y DAVID TRIPPETT (eds.): *The Cambridge Companion to music in digital culture* (Gran Bretaña, Cambridge University Press, 2019), pp. 25-26.

⁴ Como veremos el propio Platón se quejaba de que su público era poco atento. Véase apartado 3.1.1.

la recepción de las obras, sino nos sirven para entender cómo se organizan las sociedades y qué actitudes estéticas adoptan. Analizar los factores y los elementos que provocan esos cambios me condujo a plantear cuestiones relacionadas con la posibilidad de establecer fases o paradigmas de escucha históricos o estéticos. Debo adelantar que el análisis de la escucha de música aporta una materia muy sustancial a la investigación musicológica. Aunque es evidente que el oyente no siempre ha escuchado de la misma manera a lo largo de la historia, no lo es tanto preguntarnos por cómo ha ocurrido esto. Y con esta convicción podemos desplazarnos a estratos con respuestas menos nítidas a priori: como la pertinencia de preguntarnos cuáles son los factores que pueden influir en los modos de escucha y qué elementos y de qué tipo son los que han provocado cambios en los paradigmas aurales.

Según la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, hoy escuchamos más música que en ningún otro momento de la historia. En el año 2019 el 89% de la población mundial escuchaba una media de 19,8 horas semanales, solamente de música procedente del streaming, es decir, un tipo de escucha en el ciberespacio que facilita el control de los gustos y la vigilancia de nuestros gustos, costumbres, hábitos y consumos⁵. La importancia de esta magnitud me lleva a preguntar: ¿Qué efectos está teniendo la proliferación de la música digital en nuestra relación con el mundo y con los demás, con nuestro cuerpo, nuestras sensaciones y experiencias? Veremos cómo la era digital, desde la década de 1980, ha alterado notablemente unos modelos de percepción heredados del siglo XIX. Comprobaremos por qué el oyente actual tiende a ser un oyente pasivo, despersonalizado y hasta ingenuo, atraído por la conmoción derivada de la inmensidad, la inmediatez de contenidos a los que tiene acceso. Un oyente maravillado por la aparente gratuidad de la música en lugar de impresionarse por la propia música que escucha. Un oyente posmoderno que pasa de puntillas por las músicas que consume a diario y no se detiene en apreciar sus detalles por falta de tiempo. El oyente posmoderno es el oyente más distraído y desatento de los últimos doscientos cincuenta años. El oyente anterior a la fonografía y el oyente analógico fueron más dados a una escucha atenta y profunda que los oyentes de la era digital. ¿Qué clase de vida cultural y democrática anuncia el triunfo de la música digital y el streaming? ¿Qué porvenir aguarda al pensamiento y a la expresión artística dicho triunfo? Creo que es importante saber hasta qué punto reorganiza este despliegue de música digital la vida del ciudadano de nuestra era tardomoderna.

Desde comienzos del siglo XXI los desarrollos tecnológicos digitales, los dispositivos de reproducción y las formas de acceso a la música, no solamente han modificado las estructuras

⁵ Informe IFPI Music Consumer Report 2019 en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

(cuyo modelo productivo tradicional se remonta a la década de 1920, basado mayoritariamente en la comercialización de discos como productos materiales industrializados), sino que también ha supuesto una reconfiguración de los modos de escucha fomentada tanto por inéditos medios de interacción social como por la individualización hedonista y la personalización de contenidos. Como consecuencia de estas nuevas formas de interacción, surgió la necesidad de reformular las leyes de protección de los derechos de autor y del copyright, habida cuenta de que las formas de acceso y distribución comenzaban a escapar del control de la industria discográfica a comienzos del año 2000. Todo ello ha conducido a la configuración de unos modos de escucha jamás experimentados.

Nuestra tesis principal se basa en el desarrollo de una teoría analítica y una sistematización de los modos de escucha como forma de praxis social. Para poder concluir que la era tardomoderna y su carácter digital han transformado los modelos de escucha previos, tuve que acudir al pasado reciente y al método comparativo. Para demostrar que el influjo tecnológico posmoderno convirtió la escucha en una práctica desocializadora (deconstructora de lo social), y, vinculado a ello, creadora al mismo tiempo de una actitud extremadamente individualizada en el consumo y los comportamientos, tuve que estudiar la era analógica de las grabaciones. Y para comprobar cómo las grabaciones socavaron prácticas de escucha anteriores relacionadas con la escucha en vivo, he tenido que viajar hasta el siglo XIX.

Si la disponibilidad de una tecnología es una condición necesaria que ayuda a la transformación de la estructura social, también es cierto que no es una condición suficiente para ello. Entonces, los factores que quiero describir tendrán necesariamente que estar relacionados con otros elementos, como los vinculados a las recientes legislaciones aprobadas por los Estados, las derivas de los procesos globalizadores a todos los niveles (cultural, económico, político, etc.), la capacidad de transmitir información y de comunicarnos, las transformaciones que se han llevado a cabo en la relación música-público, así como la transformación del propio concepto espacio-tiempo derivada de los procesos tecnológicos, sociales culturales y estéticos⁶.

Los nuevos medios de masas, tal y como los entendemos hoy, hacen referencia a distintos medios de comunicación que, a través del intercambio de mensajes visuales y textuales, llegan a una gran parte de la población recorriendo inmensas distancias en un espacio de tiempo cada

⁶ HARVEY, DAVID: *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]), especialmente la tercera parte del libro “La experiencia del espacio y el tiempo”, pp. 225-356.

vez más constreñido⁷. Desde la imprenta, los periódicos, los folletines, las gacetas, el telégrafo, el teléfono o internet, los *mass media* han adquirido la capacidad de acelerar esa contracción en la relación espaciotemporal. Las tecnologías de la información y la comunicación son cada vez más empleadas, aumentando la cantidad y la calidad de los procesos informacionales, la velocidad de las transmisiones y su recepción por los públicos. Como indica Philip H. Howard, sociólogo, investigador de la comunicación y profesor de la Michigan State University, «los nuevos medios están más incrustados socialmente que las tecnologías tradicionales de comunicación de masas porque los usuarios suelen producir y consumir contenido y pueden diseñar la propia tecnología de software y hardware, mientras que los medios tradicionales no permiten la producción, consumo y rediseño de una forma tan rápida y dinámica»⁸. Es decir, los nuevos medios han convertido al consumidor tradicional en lo que se viene llamando prosumidor, entendido como el individuo que ahora es capaz al mismo tiempo de consumir y producir contenidos. Sin embargo, y a pesar de las capacidades que ofrecen los *new media* para producir contenido propio, la masa suele ser vista como un grupo anónimo poco contestatario que mantiene su viejo carácter homogéneo, anónimo, acrítico e indiferente. Aunque los internautas puedan haberse convertido en consumidores y productores de contenido al mismo tiempo, las posibilidades de que sus creaciones surjan efecto relevante, sustancial y con cierta capacidad de alcance global, son muy limitadas. Por otro lado, esta capacidad libre de producir y compartir contenidos está provocando una ausencia en el control de la calidad de lo que se sube a la red.

Esta postura sobre la masa anónima, acrítica y manipulable por los grandes medios corporativos no es compartida unánimemente en la actualidad⁹. Hoy se tiende a ver que «los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe [...]»¹⁰. Una idea que supone un tímido retroceso en el tradicional concepto de masas entendida así hasta hace bien poco.

Con este preámbulo sobre los medios de masas, podemos seguir formulando más cuestiones. Si la música como medio de comunicación es objeto de estudio dentro de los *mass media*, podemos preguntarnos cómo han afectado estos cambios a los modelos de escucha actuales,

⁷ Para un análisis profundo sobre los medios de comunicación de masas véase McQuail (2000, [1985]) y Thompson (2016, [1997]). Para una valoración sobre la influencia de los medios en las sociedades, Lipovetsky (2014, [2004])

⁸ Véase HOWARD, Philip N. y Steve Jones (eds.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona, UOC, 2005)

⁹ Entre algunos de los que no comparten esta visión tenemos a Castells y Thompson.

¹⁰ CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. La sociedad red*. Vol. 1 (Madrid: Alianza Editorial, 2016, [1997]), p. 412

por qué es necesario analizar estos cambios, y cuál o cuáles son los puntos de inflexión que han favorecido estos. También cabe preguntarse a partir de cuándo se empiezan a producir todos ellos y qué avances tecnológicos se dan en los últimos treinta o cuarenta años que favorecen el cambio de paradigma que proponemos. O de qué manera estos cambios tecnológicos han influido en la sociedad y en la música en particular. Más aún, por qué es necesario el encuentro entre disciplinas para llegar a entender estos cambios.

Algunas respuestas ya se han dejado entrever. Los cambios tecnológicos y sociales de los últimos cuarenta años han generado a su vez transformaciones en la organización, el pensamiento y las estructuras sociales en muchos de sus ámbitos, también, por supuesto, en el ámbito musical. Y viceversa, los cambios de paradigma social y estructural han animado al desarrollo de nuevas tecnologías. Estos cambios han afectado a los niveles funcionales de las sociedades en su economía, su cultura, sus instituciones y su política.

Veremos que, en lo que se refiere a la percepción, la escucha contemporánea de música tiende a ser desatenta, individualizada (o más individualizada que antes), atomizada, ubicua (dada la velocidad de transmisión y los niveles de acceso), percibida a través de muchos y muy variados canales y soportes móviles o estáticos, y compartida con otros muchos quehaceres cotidianos. Y aunque escuchemos más música que nunca en la historia hemos dejado de tener el control sobre el soporte, que ha perdido su materialidad y su apariencia física y material. La música ya no es sólida, sino que se ha licuado, se ha volatilizado en el mundo virtual de internet junto a los tipos de relaciones tradicionales y otros hechos sociales relevantes.

Michel Bull sugiere, con un tono que recuerda a Adorno, que móvil o inmóvil, en público o en "privado", la era de la reproducción mecánica es ahora una era de saturación de sonidos, unos sonidos que colonizan todos los espacios urbanos. Vivimos una redefinición constante de los significados que atribuimos al modo en que los individuos habitan el espacio y el lugar. El sonido, dada su extraordinaria fluidez y ubicuidad, se cuele en todos los espacios de la vida cotidiana y privada. La música ya no es solo mecánicamente reproducible —como diría Benjamin— sino que es infinitamente reproducible. El espacio público y privado del siglo XXI es un espacio sonoro completamente mediado. Experimentar el mundo a través del sonido mediado es hoy lo más habitual¹¹. Saturación sonora, colonización de los espacios urbanos, redefinición y cuestionamiento de los significados asociados a las formas en que los individuos habitan el espacio y el lugar, omnipresencia de sonidos musicales, filtrado de la música en la vida cotidiana, experimentación sonora, paradigmas de escucha, clasificación y factores de intervención

¹¹ MICHAEL BULL: "iPod use, meditation, and privatization" en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The oxford handbook of mobile music studies*, vol. 1 (New York, Oxford University Press, 2014), p. 104.

de la escucha y tecnología de la reproducción del sonido, son algunos de los elementos interrelacionados que hilan este trabajo.

Una rotunda y poderosa idea que ha influido en esta tesis proviene del filósofo y musicólogo francés Peter Szendy, quien dice así: «Después de su fonografía analógica, la digitalización del sonido prepara hoy una nueva época de la escucha. Y también una nueva *responsabilidad* de la escucha, que ya no responde únicamente a leyes internas de la obra, que no está (o ya no exclusiva o únicamente, si alguna vez lo ha estado) estructuralmente inscrita en la obra o prescrita en ella»¹². Son varios los dardos lanzados por Szendy con esta afirmación: la asunción de una nueva escucha en la era digital, la obligación de recuperar la responsabilidad de volver a escuchar, y la restauración de un compromiso serio hacia la escucha como medio de entender el mundo y a nosotros mismos. Una responsabilidad que para Szendy perdimos en algún momento de la historia, pero que estamos a tiempo de poder recuperar. Y no menos importante es aprender a valorar una percepción que no quede en segundo plano ante el poder histórico de la escucha estructural. Es decir, debemos reformular el tipo de escucha que desde la musicología y el discurso de la alta cultura siempre se ha asociado al oyente perfecto. En un marco similar a Szendy se manifiesta Michel Chion: «Hay que aprender a escuchar, porque escuchar es actuar»¹³.

Resulta que nuestra escucha posmoderna, como intentaré demostrar, se aleja de los conceptos tradicionales de obra y genio, o lo que es igual, de las leyes internas que rigen las obras a las que se Szendy refiere. La escucha actual se ha pixelado merced a la fragmentación de los contenidos, a la facilidad para manipular el sonido grabado, a la inmensidad de música disponible y a la propia devaluación de la música como arte. El flujo, la velocidad de acceso y la ubicuidad están transformando a pasos de gigante los modelos de consumo, los modos en los que los oyentes experimentan la música, los diferentes caminos de aproximación a la música y sus modos de apreciación. Se abren «nuevas posibilidades para una eficacia de la escucha» y su «carácter inmediatamente operativo», sigue argumentando Szendy¹⁴. La extraordinaria indexación de la música adquiere una escala desconocida hace tan sólo veinte años, con resultados que no sólo deben ser vistos cuantitativamente sino desde el enfoque de la transformación cualitativa, una transformación que está afectando a nuestra percepción.

Aún queda un paso importante que nos lleve a entender cómo escuchamos la música en la actualidad. Es necesario conocer, aunque sea sucintamente, cuáles son los legados de la escucha

¹² SZENDY, *Escucha...*, p. 163

¹³ CHION, MICHEL: *El sonido. Oír, escuchar, observar* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 282.

¹⁴ SZENDY, *Escucha...*, p. 163-164

a través de la historia, cuáles son las estéticas aurales a lo largo de la historia moderna. Observemos por unos instantes estas dos imágenes:

Imagen 1: Informe IFPI 2019.



Fuente: <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi> [20/04/2021]

Imagen 2: *Andanté de la Symphonie en la* de Eugène Lami's de 1840



Cité de la Musiqué. Philharmonie de Paris: <https://collectionsdumusee.philharmoniedeparis.fr/doc/MUSEE/0159840> [20/04/2021]

La imagen 1 corresponde a la portada del informe 2019 que publica anualmente la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (*International Federation of the Phonographic Industry*, IFPI). De las veintiuna imágenes que aparecen todas representan a individuos que escuchan música de manera individual y aislada, separada de otros y para uno mismo. De los veintiún jóvenes cosmopolitas, veinte escuchan música mediada tecnológicamente, con auriculares, de manera individual y en actitud divertida. A lo largo de todo el informe se repite el estereotipo de joven que escucha de manera individual y aislado.

La imagen 2 es un dibujo a pluma coloreado con acuarelas del pintor francés Eugène Lami's del año 1840 titulado *Andanté de la Symphonie en la*. Representa a siete hombres que escuchan el *Andante* de la *Sinfonía N.º 7* de Beethoven. Cuatro de ellos tiene los ojos cerrados, dos abiertos y uno parece estar llorando, pero con semblante serio. La actitud parece ser la de una escucha mística y contemplativa. Sin embargo, por lo que refiere la profesora Katharine Ellis, Eugène Lami's más bien quiso plasmar de forma irónica algunas de las actitudes adoptadas por la clase

media parisina de la década de 1840¹⁵. Puede que exagerase el pintor, pero de hacerlo estaría mostrando un grupo de burgueses con rostros serios, placenteros, en actitud contemplativa, mística o incluso extática. Casi doscientos años separan estas dos imágenes. Y si bien es cierto que la primera hace referencia a la música grabada y la segunda a la escucha en vivo, también es cierto que, a simple vista, tanto las actitudes de escucha como el tipo de oyentes son completamente diferentes.

El hecho de que Lami's recogiera en actitud seria a los oyentes de aquella velada de 1840, obedece a razones de variado tipo. El pintor francés no hace más que tomar nota de una realidad, de un proceso de cambio que había comenzado a finales del siglo XVIII en el que los modelos de percepción de la música estaban renovándose. En este largo proceso que ocupó siglo y medio, podemos destacar el surgimiento de las Bellas Artes; el nacimiento de la Estética como rama de la filosofía dedicada a la belleza del arte; los escritos de Immanuel Kant dirigidos a lo bello y lo sublime; el cambio en la concepción del compositor, que pasará de ser considerado un mero artesano a ser venerado como genio; el proceso mediante el cual la partitura comienza a entenderse como una especie de texto sagrado; y hasta cambios relacionados con las leyes de propiedad intelectual, como las francesas de 1791 y 1793, que ayudaron a entender la obra de los artistas en su consideración moderna de obra individual y única.

Más tarde, Shopenhauer, Hasnlick, el modelo de concierto burgués, la idea de música absoluta, y otros elementos que veremos a lo largo de la tesis, ayudaron a consolidar un modo de escucha silente, atento, una escucha que se llamó artística pero que en realidad obedece a cuestiones formalistas. Aprender la estructura de la obra, entender los engranajes internos, las modulaciones, los motivos, las frases, sería considerada durante largo tiempo la mejor manera de escuchar música. Ahora bien, ¿quién estuvo detrás de tal empresa?, ¿quién se empeñó en instaurar esta forma de pensamiento? La pujante clase burguesa fue la encargada de establecer las diferencias con los estratos inferiores para que la escucha tácita se convirtiera en una de las convenciones plasmadas en los libros de etiqueta, los programas de mano, la crítica periodística, y hasta en los escritos sobre estética y filosofía.

Una vez establecida la escucha atenta a finales del siglo XIX, la fonografía vino a poner en jaque, no sólo el patrón de escucha burgués, sino a cuestionar la propia existencia de clase. La grabación y, sobre todo la radio desde los años veinte, provocaron que aquella música antes

¹⁵ THORAU, CHRISTIAN y HENSJAKOB ZIEMER (eds.): *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (USA, Oxford University Press, 2019), p. 40. Según Thierry Maniguet, Eugène Lami's probablemente hizo el dibujo después de la interpretación de la Sinfonía N.º. 7 de Beethoven el 12 de enero de 1840 en el Conservatorio de Música (la primera audición tuvo lugar el 1 de marzo de 1829). Según información de Caroline Imbert, la obra forma parte de la serie *Histoire de mon temps*, perteneciente a la antigua colección de André Meyer.

reservada a unas élites llegase a las clases más humildes. La forma de entender y pensar la música cambiaría para siempre. Lo que durante el siglo XIX fue la conformación de la escucha atenta vio peligrar su estatus en el periodo de entreguerras. Paradójicamente, desde la neomarxista Escuela de Frankfurt, se defendió la superioridad de la música en vivo y su carácter aurático frente a los medios de comunicación de masas y el público lego, sobre los que ser vertieron ácidas críticas.

En las tres décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial es cuando se cimenta el Estado del bienestar, inyectando buenas dosis de derechos civiles en unas sociedades que beneficiarán a la gran clase media, con acceso ahora a los bienes de consumo culturales antes reservados antes a unos pocos. Los bienes culturales musicales vinieron de la mano del vinilo, la televisión, la radio y la cinta magnética. Cuando todo apuntaba a un mayor progreso de la justicia social, a finales de la década de 1970, el sistema neoliberal de libre mercado impuesto desde Estados Unidos y Gran Bretaña, desplazará el concepto de *communitas* exportando al resto del mundo un ideario basado en el modelo de vida individualista, altamente consumista y hedonista. Consideraremos que es ahora cuando la escucha atenta pierde definitivamente una batalla ganada desde alrededor del 1800. La desatención de las masas, el tiempo de ocio convertido en dinero, la digitalización de los contenidos y la internet plantearon aproximaciones dispersas, atomizadas y fuertemente personalizadas del consumo de la cultura.

Para abordar la teoría de la escucha aquí planteada he tenido que indagar en los factores que inciden en la percepción. Tras analizar las pocas clasificaciones existentes, he podido constatar diferentes factores a la hora de abordar el estudio de la escucha. Entre ellos, destacaré los factores sociales, los históricos, los tecnológicos, los legislativos, los psicológicos y los estéticos. En menor medida, también los factores políticos. Todos ellos actúan como fuertes demarcadores de los modelos aurales en nuestras sociedades modernas de Occidente. La historia de la música y de la recepción, la historia social y antropológica, la evolución tecnológica y el influjo que ejerce en las sociedades, la aprobación de algunas leyes de protección de los derechos de propiedad intelectual, la progresiva individualización de las conductas al amparo de los procesos industriales y postindustriales, los cambios de paradigma estéticos en la música, la adopción de la reformulada ideología liberal en los mecanismos de regulación económica tardomoderna, son, entre otros, algunos de los factores que han influido en la transformación de los modos de escucha a lo largo de los últimos doscientos setenta años.

Antes de continuar, quiero aclarar que el término paisaje sonoro empleado aquí, fue acuñado por Michael Southworth a finales de los sesenta (1969), popularizado en los setenta por R. Murray Schafer y ampliamente usado en la actualidad, sobre todo en los *sound studies* y

más recientemente en la musicología. Emplearé el término en un sentido muy parecido al conferido por Richard Leppert, profesor de Estudios Culturales de la Universidad de Minnesota, cuando describe el paisaje sonoro desde cuatro perspectivas significativas: 1) los sonidos que nos rodean y nos ayudan a la construcción de nosotros mismos como sujetos, sonidos que nos sitúan en entornos sociales y culturales particulares; 2) los sonidos producidos o manipulados por los seres humanos, que son el resultado de actos conscientes y, por lo tanto, poseen una carga semántica y discursiva; 3) todos los sonidos —incluso los no producidos por los seres humanos sino simplemente escuchados—, pueden ser leídos o interpretados y; 4) a partir de las tres características anteriores, entender que los sonidos son un medio por el cual las personas dan cuenta de sus versiones sobre cómo fue la realidad, cómo es y cómo podría ser¹⁶. Aunque Leppert se refiere a los sonidos en general, yo traslado estos cuatro significados a la escucha de la música en particular. Es por ello por lo que me centro en la carga semántica y discursiva que emana de la producción musical y, sobre todo, de las implicaciones que esa carga tiene para la escucha de música. Teniendo como principio epistemológico el paisaje sonoro caben destacar todos aquellos trabajos que adquieran una carga cultural y social relevante. Los ejemplos son innumerables, pero debemos destacar *Victorian soundscapes* de John M. Picker explorando la acústica, la tecnología del sonido y los significados de la comunicación a través de esa tecnología de la Inglaterra victoriana¹⁷; y un ejemplo de talla nacional que queda representado por el reciente trabajo de Alberto Martín Márquez, *Alguaciles del silencio. Paisaje sonoro en la Edad Media* (2021), en donde afronta el análisis de las sociedades preindustriales y contemporáneas desde un punto de vista de la historia cultural y de la musicología urbana con temas como el espacio, la identidad, la percepción y la performance¹⁸.

Todos los sonidos creados por el hombre no lo son por azar. Cualquier sonido humano tiene alguna intencionalidad, una semántica con significado histórico y cultural. Incluso político. Cualquier sonido implica significados y respuestas al cómo advertimos el paisaje sonoro, cómo empleamos nuestra tecnología y cómo la escuchamos. El paisaje sonoro musical es tan sólo una porción de tierra digna de estudiar pues llama la atención sobre sí misma y sobre nosotros. «Cuando una porción de tierra se eleva en nuestra conciencia al estatus de paisaje, la entidad física se reconstituye en nuestras mentes como algo, un exceso de lo real», afirma Leppert. Este exceso es experimentado sensiblemente como representación, y, por tanto, para

¹⁶ Véase LEPPERT, RICHARD: *The sight of sound. Music, representation, and the history of the body* (Estados Unidos, University California Press, 1995), p. 15.

¹⁷ PICKER, JOHN M.: *Victorian soundscapes* (Oxford University Press, 2003).

¹⁸ MARTÍN MÁRQUEZ, ALBERTO: *Alguaciles del silencio. Paisajes sonoros en la Edad Moderna. Zamora como paradigma* (Zamora, Edition Reichenberger, 2021).

acceder a su estudio, debemos acudir al enfoque discursivo que rodea esa conciencia reestablecida en nuestras mentes¹⁹. Por tanto, entender cómo se escucha la música es entendernos a nosotros mismos, entender lo que somos, aceptar el legado histórico de nuestras conductas, asumir el imperativo de las modas pasajeras y las estéticas que rodean cualquier discurso de la percepción.

¹⁹ *Ibid.* p., 17. «[...] when a portion of land is raised in our consciousness to the status of *landscape*, the physical entity is reconstituted in our minds as something in excess of the factual. This excess is experienced as a representation—and as such is discursive». Esta aseveración sitúa a Leppert muy cerca de los conceptos de «simulacro de la realidad» y de «hiperrealidad» que aparecen en *La precession des simulacres* de Baudrillard 1978.

1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Investigar sobre los modos de escucha no es tarea fácil. Máxime cuando todavía no se ha tratado de establecer un marco teórico de estudio para su examen. Aún así, los estudios en torno a la escucha de la música han encontrado enfoques más o menos dispersos en las últimas décadas en disciplinas como la psicología, la neurociencia, la musicología, los estudios culturales, los *sound studies*, los *performance studies*, la etnomusicología y la sociología. A pesar de esta amplia gama de disciplinas dedicadas en parte a la escucha, resulta difícil hallar trabajos que aborden las distintas maneras de percepción desde un enfoque metodológico compartido. Con todo y ello, destacan importantes trabajos que afrontan el tema desde las ciencias sociales, la filosofía, la antropología, la historia cultural, los *cultural studies* y la ciencia y la tecnología.

Es necesario advertir que el nacimiento de la grabación tuvo mucho que ver con la aparición de planteamientos y preguntas respecto del arte, los medios de masas y su transmisión, así como del acceso a la cultura. Esta preocupación por teorizar sobre los nuevos planteamientos tecnológicos desde comienzos del siglo XX no ha cesado de ofrecer interesantes resultados hasta el presente.

Uno de los pocos intentos por historiar la escucha de la música nos llegó de la mano del musicólogo alemán Heinrich Bessler²⁰. Partiendo de la disertación “Über das musikalische Hören” del musicólogo turingio Hugo Riemann publicada en 1873, junto a las teorías sobre la psicología de la escucha de Carl Stumpf (1848-1936), además de la crítica que el propio Bessler dirige a los escritos positivistas de Hermann Helmholtz (1821-1894), Bessler publica en 1959 *Das musikalische hören der neuzeit*, un tratado que establece varios paradigmas de escucha en el transcurso de cuatrocientos años. Bessler considera los siglos XVI, XVII-XVIII y XIX como pliegues o rupturas en los modelos apreciativos de la música. Lo que el mismo Bessler dice proponer es un método basado en el análisis del oyente a través de la psicología y la memoria, pero lo que genera en realidad, a mi juicio, es una continuación de la propuesta estética decimonónica sobre la escucha estructural y formalista, cuyo mayor paradigma lo encontramos en Eduard Hanslick.

Tres décadas antes del trabajo de Bessler, el filósofo y ensayista alemán Walter Benjamin, uno de los primeros representantes de la Escuela de Frankfurt, criticaba en el periodo de entreguerras la pérdida del aura vinculada al concierto, un aura que siempre estuvo empapada de valor para el culto²¹. Veremos que *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*

²⁰ BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit* (Berlin, Akademie-Verlag, 1959).

²¹ BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2017, [1933]).

de 1933 bien merece una interpretación más abierta que la postura tradicional, visión esta última que tiende a ver en el este texto una crítica dirigida al trato profano que la mecanización de la obra de arte ejerció en la producción en masa a comienzos del siglo XX. Esta visión tradicional, indicaba que con la llegada de los productos mediáticos se produjo una desafección hacia el arte, induciendo a la desatención y la devaluación de la cultura. A pesar de que Benjamin nunca se refirió a la música ni a la escucha, podemos trasladar a nuestro objeto de estudio las reflexiones que hizo en torno a la fotografía y el cine. Interpretaremos a Benjamin desde una postura más abierta y democratizadora sobre los medios de masas.

Por su parte, la distinción polarizada que ofrece la tan manoseada tipología de oyentes de Theodor Adorno, en definitiva, no hace más que establecer una clasificación en base a la mayor o menor comprensión de las estructuras formales de las obras, vinculada a su vez con una formación cultural altamente jerarquizada²². Este tipo de escucha estructural proviene del formalismo decimonónico. La tipología mostrada por Adorno en *Disonancias. Introducción a la sociología de la música* publicada en 1973, obedece, con la Teoría Crítica en la mano, a los parámetros estético-burgueses del siglo XIX como reacción y rechazo al surgimiento de los medios de reproducción de masas.

También desde el análisis de la cultura se enfrentó el filósofo Umberto Eco a las diferentes capacidades en lo que se refiere a la actitud estética que emana de la interacción con una obra de arte. Distingue entre los partidarios de los *mass media*, a los que llama “integrados” y los escépticos o pesimistas, a los que denomina “apocalípticos”. Para los escépticos, como refiere Eco, los *mass media* suponen una serie de consecuencias negativas en su relación con la música. Entre ellas están: la falta de sensibilidad, la devaluación conducente a una cultura “inferior”; la música como estímulo de sensaciones en lugar de como arte contemplable; el sometimiento a leyes de oferta y demanda que ofrecen al público solo aquello que desea; la música como puro entretenimiento; los *mass media* que alientan la actitud pasiva y acrítica, captando solamente el nivel superficial de nuestra atención y que imponen «mitos de fácil universalidad»²³.

La crítica de Eco se centra en las consecuencias sociales de la fijación en soportes de los productos culturales. No analiza en profundidad la escucha, pero ofrece buenas pistas sobre las conductas y las derivas adoptadas ante los medios de comunicación de masas a mediados de siglo XX. La difusión del disco condujo, según Eco, a un desaliento del diletantismo, el desánimo de las ejecuciones públicas de nivel mediocre, la propagación de un repertorio

²² ADORNO, THEODOR W: *Disonancias. Introducción a la sociología de la música* (Madrid, Akal, 2009, [1973]).

²³ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Grupo Editorial, 2016, [1968]).

comercialmente universal que fomentó la pereza cultural y la desconfianza hacia la música más elaborada. Se generó una tendencia a embotar la sensibilidad y a reducir la música a mero objeto, anulando la audición consciente y convirtiendo en trasfondo sonoro a la música, un trasfondo percibido como complemento perfecto para otras operaciones domésticas como leer, comer, o hacer las labores. Se produjo un *continuum* musical consecuencia directa de la inmersión de la música en lugares, espacios y tiempos insospechados hasta la fecha. Y esa abundancia invitó a la disminución de la atención. La universalización del gusto musical, la necesidad de crear nuevos productos, los nuevos medios de reproducción, la aparición de nuevos estilos de música y su fácil manipulación, fueron otros de los temas tratados por Umberto Eco a finales de la década de 1960.

En lo que se refiere al estudio de la música popular encontramos estimulantes trabajos de las plumas de Franco Fabbri, Simon Frith y el trabajo editado conjuntamente por Martin Clayton, Trevor y Richard Middleton, quienes centran sus estudios en el valor simbólico, la producción y la sociabilidad de la música²⁴. Aunque el método de sus análisis es próximo a la etnomusicología y los estudios culturales, y aunque en ellos se hallen dispersas algunas observaciones sobre la escucha y en ocasiones divaguen en torno a un marco epistemológico un tanto inestable, considero esenciales sus puntos de vista para los propósitos aquí propuestos. Alrededor de los nuevos usos o funciones de la música debemos destacar los trabajos de Franco Fabbri (2006, 2008) que analiza los diferentes contextos en los que la música ha pasado a desempeñar un papel importante, tanto en los ámbitos domésticos como en los de socialización. La inducción al consumo empleando la música como anzuelo, la música como mero ambiente o ruido de fondo, la contaminación musical y un largo etcétera, llevan a Fabbri a destacar la desatención y la pasividad en la conducta auditiva del oyente posmoderno. No menos importante es su defensa de la eliminación de tradicionales tabúes jerárquicos habituados a distinguir tipos de oyentes en base al orden social, muy defendidos por la musicología tradicional, como refleja el propio Fabbri. También es partidario de eliminar la típica dicotomía entre la música moderna

²⁴ FABBRI, FRANCO: "What kind of music?" en *Popular Music*, Vol.2 Theory and Method, 1982, pp. 131-143; FABBRI, FRANCO: "Il suono in cui viviamo: inventare, produrre e diffondere musica", en *Popular Music*, Vol. 16, Nº. 3, Oct., 1997, pp. 315-318; FABBRI, FRANCO: "Tipos, categorías, géneros musicales. ¿Hace falta una teoría?" en *Música popular: cuerpo y escena en la América Latina* en IASPM-AL, La Habana, 19-24 de junio de 2006, trad. Marta García Quiñones; FABBRI, FRANCO: "Música, cultura y mercado: Escuchar hacia delante", en *Vocaciones musicales, profesiones culturales. Nuevos entornos profesionales para los estudios de música*, Logroño, Sociedad Ibérica de Etnomusicología, Universidad de La Rioja, 16 y 17 de marzo de 2007, trad. Marta García Quiñones; FABBRI, FRANCO: *La música como forma de interrelación social*, II Jornades d'Estudiants de Musicologia i Joves Musicòlegs, Escola Superior de Música de Catalunya (ESMuC), 9 de Mayo de 2009; FRITH, SIMON: *Ritos de la interpretación: Sobre el valor de la música popular* (Argentina, Grupo Planeta: Edición de Kindle, Spanish Edition, 2017); CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003).

popular y la clásica. El etnomusicólogo italiano advierte de que existen músicas deliberadamente escritas para no ser oídas, no solo en el siglo XIX sino a lo largo de la historia de la música. Por su parte, Marta García Quiñones (2008, 2010) profundiza en el tema de la escucha desapercibida, la música ambiental y la figura paradigmática del oyente distraído²⁵.

Simon Frith, por su parte, focaliza sus esfuerzos en analizar cómo escuchamos la música popular, abogando por concederle el mismo valor que a otras músicas de raigambre diferente. Frith entiende la música como una performance en la que no existen niveles de atención, descartando las ideas de Pierre Bourdieu y Theodor Adorno en torno a los estratos sociales y culturales en lo que al acceso a la información mediática y al valor que se le concede se refiere. Para Frith, los límites entre música alta y baja están borroneados, defendiendo el valor de la música popular para equipararla a otros estilos, con el objeto de eludir, precisamente, las capas sociales y sus estructuras piramidales.

Con la escucha como eje central de su trabajo, el francés Peter Szendy publica *Escucha: una historia del oído melómano* (2001) y *En lo profundo de un oído. Una estética de la escucha* (2015). Su formación filosófico-musicológica confiere a sus escritos una interesante visión en la que la tecnología, la ética de la escucha —entendida como un compromiso perdido que debemos recuperar—, y la estética desde un enfoque histórico, cubren un amplio abanico de teorías sobre la percepción auditiva. Szendy considera que debemos reaprender a escuchar, «porque escuchar es actuar» (2001: 163-164). Este concepto de escucha como acción bien podríamos tomarlo como performance. Y bajo este prisma es de recibo hablar del trabajo *Text and act* de Richard Taruskin (1995), quien a su vez influiría en *Musicking* de Christopher Small (1998). Pero si aún queremos hilar más fino, entender la escucha como *performance* puede vincularse mediante un trabajo casi espeleológico con la teoría fenomenológica desarrollada por Edmund Husserl a comienzos del siglo XX. Este a su vez, rizando el rizo, podría relacionarse con los trabajos posteriores de Alfred Schutz (alumnos de Max Weber) relacionados con la comunicación desde la referencia fenomenológica. Los trabajos de Schutz tienen nexos comunes, a su vez, con los ensayos posteriores de Erving Goffman (*The presentation of self in everyday life*, 1959) en torno a lo cotidiano, y los de este, al mismo tiempo, con el trabajo de Harold Garfinkel con el que aplica un nuevo método de análisis para el hecho social (*Studies in Ethnomethodology*, 1967).

²⁵ GARCÍA QUIÑONES, MARTA (ed.): *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental*, (Barcelona, Orquesta del caos, 2008); GARCÍA QUIÑONES, MARTA: “El cuerpo en los discursos sobre la escucha musical” en Yolanda Aixelá et al. (eds.), *Desvelando el cuerpo. Perspectivas desde las ciencias sociales y humanas* (CSIC, ed. Alta Fulla, 2010), pp. 169-179.

Desde la musicología contemporánea, Nicholas Cook acomete temas como la cosificación de la música, la dimensión social abierta por las tecnologías digitales y la comercialización de la música como uno de los principales productos de la cultura. Desde una perspectiva cultural y antropológica analiza en *The Cambridge Companion to Music Digital Culture* (2019), factores como los algoritmos, el refuerzo de las tecnologías del yo en la era posmoderna, la revolución digital o incluso los efectos que todo ello ha tenido en la empatía y la economía política del streaming. De su trabajo podemos desprender interesantes observaciones sobre la escucha que pueden servir para reforzar la teoría sobre el cambio de paradigma de escucha en la era digital.

No son pocos los estudios centrados en la escucha portátil y ubicua. En particular, han resultado de especial interés los dos volúmenes editados por Sumanth Gopinath y Jason Stanyek titulados *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, y la profusión de trabajos en este mismo sentido de Michael Bull, entre los que cabe destacar *Sounding Out the City* (2000) y *Sound Moves* (2007). Una muy interesante relación entre la escucha ubicua y las diferentes culturas queda reflejado en el trabajo *Ubiquitous Listening* de Anahid Kassabian (2013). La miscelánea a la que se refiere Kassabian ha dado como resultado el que la música haya emprendido una diáspora por todo el planeta, capaz de llevar las músicas minoritarias de raigambre tradicional a cualquier rincón merced al uso de las nuevas tecnologías.

Martin Clayton, Trevor Herbert y Richard Middleton editaron en el año 2003 *The Cultural Study of Music*, un trabajo esencial para entender la música desde una amplia mirada cultural, antropológica y psicológica²⁶. Un trabajo que abrió un debate sobre las funciones y los usos de la música en los que la raza, la religión, la tecnología, la política o la geografía son capaces de soldar conectores entre la música y la sociedad. Todo el libro es de auténtico provecho, pero la percepción y la escucha son especialmente relevantes para nuestros intereses, un tema que aborda especialmente Nicola Bidden en el capítulo “Musical materials, perception, and listening”. Bidden es partidario de un análisis de la escucha desde una perspectiva social, algo que he pretendido llevar a término a lo largo de toda la tesis.

La aparición de la grabación a finales del siglo XIX provocó profundos cambios en los modelos de producción, distribución y acceso, pero también condicionó las nuevas formas de acercamiento a la escucha. La tecnología, por tanto, nos ocupa un lugar especial. Queremos destacar los trabajos de Mark Katz, *Capturing sound* (2010), con el que analiza la manera en que la tecnología cambió la música (también la escucha), y *Digital signatures* de Ragnhild Brøvig-

²⁶ Reeditado en 2012.

Hansen y Anne Danielsen (2016), en el que analizan la importancia de la digitalización de la música y los modos de escucha; especialmente relevante es su capítulo ocho, “Popular music in the digital era”. No menos relevante es el artículo “Tecnología de la música digital y musicología histórica: reflexiones desde el presente” de Teresa Cascudo, en el que observa el interés que comenzaba a adquirir la influencia de la tecnología digital para la musicología española²⁷.

Existe un volumen publicado en el año 2006 que analiza las grandes variaciones de paradigma acaecidos a finales del siglo XVIII. Se trata de *Music as Thought* (2006), de Mark Evan Bonds, en el que se nutre de la crítica, la política, la filosofía y la estética de las últimas décadas del siglo XVIII y primeras del XIX para describir una serie de permutas en los modos de percepción y de escucha en torno al gran triunfo que supuso la sinfonía alemana —y más en concreto la *Quinta sinfonía* de Beethoven²⁸. Explica Bonds que en esta época la responsabilidad de la escucha pasó a ser una obligación ya no exclusivamente del compositor, sino del oyente. La estética del idealismo alemán abandona la premisa de que la música es un lenguaje, para abrazar la obra musical como objeto de contemplación: «el catalizador potencial de una revelación accesible para quienes participaran activamente en la obra escuchando con imaginación creativa, con *Einbildungskraft*»²⁹. Afirma Bonds que tan sólo durante la primera década del siglo XIX la responsabilidad de la «inteligibilidad» pasó del compositor al oyente. Será este quien dé forma a la obra y le confiera sentido. Un marco de escucha filosófico que parte de la premisa de que es el oyente quien debe esforzarse en «comprender e interiorizar el pensamiento del compositor», pero también ser capaz de continuar con el argumento musical y «comprender la música como un todo». En lo que Bonds no ahonda es en que sólo fue una pequeña élite burguesa la que tenía acceso a la sinfonía alemana de comienzos del siglo XIX, y que sólo ella era capaz de enfrentarse a los nuevos retos de escucha intelectual que exigía la crítica, la filosofía y la estética. Será el método de escucha impulsado por E.T.A. Hoffmann en sus críticas para el *Allgemeine Musickalische Zeitung* la que triunfó años más tarde: una escucha seria, profunda, activa, que requiere de un esfuerzo más mental que la escucha puramente física del siglo XVIII, una escucha contemplativa y elevada que trascendería el siglo XIX y casi todo el siglo XX.

A pesar de todos los trabajos citados hasta ahora, el volumen de Christian Thorau y Hansjakob Ziemer es uno de los poquísimos libros publicados hasta el presente centrados

²⁷ CASCUDO, TERESA: “Tecnología de la música digital y musicología histórica: reflexiones desde el presente”, en *Tecnología y creación musical*, coord. Xosé Aviñoa (Lleida, Milenio, 2014), pp. 301-324.

²⁸ Aquí he trabajado con la traducción de Francisco López Martín del año 2014; véase BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014, [2006]).

²⁹ *Ibid.*, p. 98.

exclusivamente en el análisis de la escucha de la música³⁰. En *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (2019) se aborda exquisitamente la escucha en cuanto a actitudes, concepciones, estéticas aurales, tecnología, espacio acústico, programación de conciertos, construcción de repertorios canónicos, ideologías presentes en los oyentes, usos y métodos científicos para el análisis de la escucha, representaciones visuales de diferentes situaciones de escucha, y la dicotomía entre alta y baja cultura. El periodo analizado abarca los siglos XIX y XX, aunque hay que advertir que se deja poco espacio para la escucha de música de las décadas más recientes. Con todo, mi deuda con este volumen es evidente.

Tenemos, pues, que la documentación en torno a los modelos de escucha es dispersa y básicamente centrada en la diferencia en los patrones de escucha atentos y distraídos. O incluso, como en el caso de Adorno, clasificaciones cuya base epistemológica se basa en el mayor o menor grado de entendimiento de la obra de arte a través de la audición, un tipo de escucha que se ha llamado tradicionalmente estructural, pero que aquí hemos denominado escucha sintáctico-semántica-estructural (luego se verá el porqué). Deberíamos abogar, como indica la profesora Ahanid Kassabian, por una comunidad académica transdisciplinaria que busque el encuentro de la historia de la música, con el análisis musical, los estudios de música popular, la etnomusicología, las comunicaciones, los estudios de medios de comunicación, la sociología, la antropología y los estudios culturales (Kassabian, 2013: 19). Tal vez haya que añadir a este rizoma multidisciplinar que propone la musicóloga armenia las interesantes aportaciones provenientes de la filosofía, destacando los trabajos de Peter Kivy (*El poseedor y el poseído. Handel, Mozart, Beethoven y el concepto de genio musical*, 2001), James O. Young (*Filosofía de la música. Respuestas a Peter Kivy*, 2017), el ya citado Peter Szendy, y la más que interesante aportación de Carmen Pardo y su libro *La escucha oblicua* (2014) dedicada a John Cage.

Por ello, aún a riesgo de parece extremadamente ambicioso, creo oportuno establecer unos criterios firmes que ordenen los distintos modos de escucha ofrecidos por la ciencia humanística. Una oferta que no se fije exclusivamente en la capacidad del oyente para percibir las estructuras en base a criterios jerárquicos relacionados con su capital cultural, sino centrados en el amplio contexto en el que se da la escucha. La historia, la cultura, la tecnología y la política son capaces de delinear el contexto de la percepción y ofrecernos datos sobre la escucha como

³⁰ Justo poco antes de depositar esta tesis La Oxford University Press publicó *The Oxford Handbook of Cinematic Listening* editado por Carlo Cenciarelli (2021). Que la Universidad de Oxford esté mostrando especial interés en la escucha desde distintas perspectivas en dos de sus más recientes publicaciones es un indicio tanto de lo novedoso del tema como del camino adoptado por la investigación del más alto nivel internacional.

fenómeno y experiencia. Es por ello por lo que los factores psicológicos y sociales, técnicos y espaciales, definen modelos de escucha alejados de la simple comprensión del texto musical.

1.3. MARCO TEÓRICO

El marco teórico en el que nos movemos es amplio y tal vez pueda parecer disperso. Esto ocurre precisamente por la falta de estudios centrados exclusivamente en la escucha de música, así como por la disgregación de sus métodos epistemológicos. Soy consciente de que la amplitud de teorías y disciplinas manejadas puede desembocar en un marco inestable de análisis y que el marco en el que nos hemos movido queda limitado por el manejo de bibliografía en español e inglés. Esto supone un desconocimiento de publicaciones germanas y francesas, salvo que hayan sido traducidas a mis lenguas de uso. Por eso precisamente, por las limitaciones de la musicología en este tema y las mías propias, es por lo que hemos necesitado del arropo de disciplinas humanísticas que, de una manera u otra, siempre han contribuido en la construcción historiográfica de la música. Se trata de un enfoque combinatorio, como hiciera Emily Thompson en su trabajo *The Soundscape of Modernity* (2004), que mezcla el enfoque musicológico y la ciencia acústica. O lo mismo que hizo Eric F. Clarke en *Ways of Listening* (2005), que necesitaba vincular la ciencia psicológica con la antropología y la musicología. O por citar un último ejemplo, Christian Thorau y Hansjakob Ziemer en *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (2019), que han necesitado combinar la historia de la cultura, la historia de la ciencia y la tecnología con los *sound studies* y la musicología. La combinación de disciplinas procedentes de diversas ramas del conocimiento científico ha dado excelentes resultados en estos trabajos.

Los métodos de estudio para la escucha de la música son diversos. Y aunque sus métodos y sus objetivos sean distintos, todas las ciencias humanas y sociales recogen, de un modo u otro, elementos relacionados con el trato que las sociedades le han dado a la música, con las conductas aurales de los individuos, con la transmisión de las convenciones y los rituales de escucha, y con los paradigmas aurales promovidos por numerosos factores. Todas ellas se hacen eco del pensamiento, la estética, las conductas, hábitos y rituales de las sociedades para con la música. El sonido, el ruido, la acústica, la sociología de la música, los *mass media*, la tecnología, los espacios de escucha, la escucha en sí misma, la historia de la ciencia, la industria cultural, son algunos de los temas tratados por estas disciplinas.

Recientemente, parece que los especialistas en los *sound studies* desean amarrar las riendas metodológicas sobre la escucha. Pero el mayor problema de esta aspirante a disciplina es que aborda el estudio de cualquier sonido, no solo el sonido musical. Los *sound studies* se nutren del gran legado de la historia cultural, redescubierta en 1970, y cuyo denominador común, como advierte Peter Burke, podría describirse como la preocupación por lo simbólico y su

interpretación. Una historia cultural que —como advierte Lawrence Kramer—«is in part being rewritten as auditory history»³¹. Encontramos estudios en los que esa carga simbólica de la música en la cultura ya dejó su impronta a comienzos del siglo XX en trabajos como los de Walter Benjamin y Paul Valéry. Sin abandonar la Escuela de Frankfurt (en la que es incluido Benjamin, a mi juicio forzosamente), los escritos de la Teoría Crítica procedentes de Max Horkheimer, y sobre todo Theodor Adorno, marcaron un punto de inflexión a la hora de estudiar el nexo entre música como cultura y sociedad. Textos que influyeron en la musicología alemana de la segunda mitad del siglo XX y que han tendido a favorecer la estética de escucha atenta y estructural, heredada a su vez del siglo XIX.

Poco después de Adorno, Jacques Attali (1977) hablaría de la economía política de la música, y R. Murray Schafer (1977) de los entornos sonoros y acústicos a los que denominó “paisajes sonoros”. Al fin y al cabo, Attali trató el tema de la música como ruido y Schafer del ruido como tal. Schafer suele ser tomado el padre de los *sound studies* que tanto han influido en algunas de las publicaciones posteriores que hemos manejado aquí.

Aunque dentro del corpus de investigadores de los *sound studies* que sí ha habido un grupo centrado en el potencial de la música como transformadora de las sociedades (Bull, Sterne, Katz), aunque dispongo que no se le ha dado la importancia que tiene el comprender los cambios de paradigma de la escucha como parte de procesos más amplios relacionados con otros ámbitos de la sociedad.

Los estudios culturales como campo de análisis centrado en la cultura contemporánea fueron desarrollados inicialmente por un grupo de británicos que desde la década de 1950 focalizaron sus esfuerzos en la investigación de las prácticas culturales relacionadas con sistemas de poder, en fenómenos sociales tales como la ideología, las estructuras de clase, la construcción de ideologías nacionalistas, la etnicidad, la orientación sexual y otros temas. Sus enfoques teóricos abarcan la semiótica, el marxismo, la teoría feminista, el posestructuralismo, el poscolonialismo, la teoría social, la teoría de los medios, la comunicación, la economía política, los museos o la historia del arte. Gran parte de estos estudios abonaron el camino para afrontar temas nuevos como la globalización o los medios de comunicación de masas.

Los estudios existentes sobre los modos de escucha tienden a enfatizar la individualidad, portabilidad y ubicuidad de los reproductores portátiles, al mismo tiempo que examinan los espacios físicos, la música como fondo ambiental y el acceso a los contenidos a través de

³¹ KRAMER, LAWRENCE: *The Hum of the World. A philosophy of listening* (University of California Press, 2018), p. 163.

internet. Sin embargo, no reflejan que la individualidad obedece no sólo al uso de nuevas tecnologías sino a cambios en los paradigmas de socialización. Incluso que esas nuevas tecnologías surgen como necesidades sociales o individuales en contextos económicos y políticos muy concretos. No reflejan que la ubicuidad y la movilidad forman parte de procesos que arrancan a comienzos del siglo XX (con los medios de transporte como el avión o el automóvil, la miniaturización, los procesos fabriles, etc.) y que tienen que ver con la liviandad, lo ligero, la imperiosa necesidad de moverse, la aceleración, e incluso la limitación de la personalidad impuesta por factores sociales, económicos y culturales que han acabado por alienar al individuo.

Más recientemente se ha observado que la era digital ha creado un Gran Hermano controlador y vigilante. La constante vigilancia online y la ingente recogida de datos, están coartando las libertades individuales, coerciones que la masa asume con naturalidad a cambio de la inmediata conectividad que le da acceso a todo un mundo de experiencias y comunicaciones. Con la introducción del *streaming*, las empresas no han perdido la oportunidad de extraer los datos necesarios con el objeto de controlar el mercado. Empresa esta con la que los propios usuarios colaboran gozosamente, autoinfligiéndose la violación de su privacidad y colaborando en el suministro de su información privada. Por ello, la distopía orwelliana no es tan acertada como la distopía de Adous Huxley en *Un mundo feliz* (1932), porque en *1984* se emplea la coerción, mientras que en *Un mundo feliz* se consigue que el ciudadano colabore voluntariamente.

Existen pocos estudios dedicados a la atención o dispersión del oyente en la era digital. El más relevante es el ya citado *The Cambridge Companion to Music Digital Culture* de Nicholas Cook, del año 2019. Tampoco existen muchos trabajos que traten la formidable democratización que ha supuesto internet, como sí existen investigaciones dedicadas a la explosión que supusieron los medios de masas en la década de 1920.

Otro tema digno de destacar es que la era digital de la música ha visto nacer el mayor *homos omnívorus* de la historia gracias a las inmensas opciones de acceso a todos los contenidos, en todo momento y lugar. No es ya que todo el mundo tenga acceso a la música, sino que todo el mundo tiene acceso a toda la música. Con cierta añoranza romántica se analizó en los ochenta la conversión que supuso tener que abandonar lo analógico por lo digital, pero poco se ha escrito en cuanto a la pérdida de los rituales de escucha que supuso este tránsito ni de la transformación desde una economía de la industria centrada en la venta del soporte a una economía basada en el acceso a las experiencias. Una economía neoliberal que valoriza las pasiones y las emociones en detrimento de los rituales y la razón, a costa de la duración y la repetición, a costa de acelerar el proceso individualizador que aparca el sentido de comunidad, a costa de la desatención y la dispersión.

Desde que Adorno estableciera sus tipos de oyentes, no ha habido un marco teórico profundo dispuesto a elaborar nuevas tipologías. Los pocos intentos existentes provienen de la composición musical (Kate Crawford y Pauline Oliveros), de la música concreta (Pierre Shaeffer y Michel Chion), de la música electroacústica (Denis Smalley), de la pedagogía de la música (François Delalande), de la filosofía (Peter Sloterdijk, Carmen Pardo y Peter Szendy) y de la etnomusicología (Nicola Dibben). Aunque en realidad en sus trabajos no propongan tipologías de oyentes sino más bien características de los modos de percepción aural.

Tampoco se ha puesto en su justa medida, la capacidad que tuvo, y tiene, el acceso a la música en internet como uno de los hechos de democratización más grandes de la historia desde la alfabetización a partir del siglo XIX, la radio o la televisión. Desde la década de 1920, cuando la sociedad estadounidense se subió al vagón del consumo de masas para luego extenderse a gran parte del globo, no se había vuelto a dar un acceso a la música de tales dimensiones como la que estamos viviendo en la era de internet. La era digital ha superado con creces la democratización en el acceso a la música de cualquier otro modo de distribución de la historia.

El final del siglo XX y el comienzo del XXI es una época convulsa para la industria de la producción musical. Son años en los que comienza el flujo de música *on-line* en Internet con Napster, y más tarde otras webs para la compartición de archivos a través de redes de pares. Una época en la que Universal Music y Sony Music experimentan, sin mucho éxito, con la distribución de música *on-line*. Una época en la que Apple desarrolla su iPod y lanza la tienda iTunes, y se fabrican diferentes reproductores de MP3 portátiles. No es de extrañar que todo este magma tecnológico, cultural, social, así como sus derivas legislativas, coincida con la publicación de numerosos trabajos relacionados con las redes, con Internet, el acceso y las transformaciones en la vida social y la informatización, la interacción con los medios, la globalización, el poder y el manejo de la información, y las nuevas relaciones sociales en red. Durante la década 1995-2005, se publicaron una serie de importantes trabajos que intentaban reflejar las consecuencias del acceso a la red de redes en las sociedades y los individuos. Cambios que fueron investigados desde el campo de la musicología, la sociología, la tecnología, la política, la filosofía y la economía. Campos de estudio que, en mayor o menor grado, forman la base epistemológica de esta investigación.

Son años en los que el sociólogo Manuel Castells escribe *La era de la información. La sociedad red* (1997). Ese mismo año Ulrich Beck se preguntaba por las consecuencias de vivir en un mundo globalizado en *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. También en el 1997 John B. Thompson reflexionaba sobre *Los media y la*

*modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*³². En los periódicos y en numerosas publicaciones, Umberto Eco reflexionaba sobre la era digital desde una perspectiva de la filosofía social. De especial relevancia para la sociología de la música es *Apocalittici e integrati* también de Eco, con el que, a pesar de estar escrito en 1968, ya analizaba algunas de las consecuencias que tuvieron en aquella época los famosos *mass media*. De este libro destaca el capítulo “La música y la máquina”, con el que Eco desarrolla una serie de ideas en torno a la reproducción de la música y sus efectos, en un lenguaje que recuerda los escritos de Walter Benjamin. En 1998 Ignacio Ramonet se preguntaba por *Internet, y el mundo que llega*. En el 2000 ve la luz *Liquid modernity* del sociólogo polaco-británico Zygmunt Bauman, en el que hace patente la incertidumbre, la fragilidad de los tiempos modernos y el flujo como metáfora de la vida moderna. Exhalando el siglo XX, Jeremy Rifkin examinaba en *La era del acceso. La revolución de la nueva economía* (2000) las consecuencias del acceso globalizado en la economía de mercado, la cultura y las ideas monopolizadas, diferenciando entre el capitalismo industrial y el capitalismo cultural. David Held y Anthony McGrew se preguntaban en el año 2002 por la reconstrucción de un orden mundial globalizado en *Globalización/Antiglobalización. Sobre la reconstrucción del orden mundial*. La lucidez de Gilles Lipovetsky en *Los tiempos hipermodernos* publicada en el 2004 y la publicación un año más tarde del libro *Sociedad on-line. Internet en contexto* de Philip N. Howard y Steve Jones, culminan el primer lustro del nuevo milenio con la inquietud de que algo nuevo estaba ocurriendo. Ya en el año 2015, Stephen Witt se preguntaba cómo habíamos dejado de pagar por la música en su excelente trabajo periodístico *How music got free*.

Desde la disciplina musicológica son pocos los que muestran interés por las consecuencias del acceso en la era de la música digital. Los especialistas se centran en temas como la música ambiental (García Quiñones, 2008), la producción de contenidos media a través de la red (Jenkins y Green, 2015), las consecuencias sociales del acceso y la digitalización de la música (Joan E. Adell, 1998), el almacenamiento en la *big data* y la nube (V. Mosco, 2016), los soportes de almacenamiento y los aparatos de reproducción (E. Verdú, 2011), la cibermúsica (A. Notario Ruiz, 2007), las nuevas formas de distribución, la cultura en general y las nuevas tecnologías (Alonso de los Ríos *et al.*, 1986; G. Yúdice, 2007). Pero, para nuestros intereses, el mejor volumen que describe la relación de la música con el mundo digital es el ya citado *The Cambridge*

³² THOMPSON, JOHN B.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona, Paidós, 2016, [1997]).

Companion to music in digital culture (2019), editado por Nicholas Cook junto a Monique M. Ingalls y David Trippet.

De esta manera, nuestro marco teórico queda circunscrito en cuatro ámbitos de estudio interdisciplinarios y complementarios: la musicología, la sociología, la filosofía, y la historia de la tecnología. Desde la musicología he tomado estudios sobre las consecuencias que la era de la digitalización e Internet han tenido en muchos de los ámbitos relacionados con la música, como la producción, distribución, cambios de paradigmas en los modos de escucha, las redes de conexión y la influencia de la tecnología en las sociedades en general. También desde la musicología me he servido de trabajos directamente enfocados al estudio de la escucha. En 1995 James H. Johnson publica *Listening in Paris. A cultural history*, un libro en el que se critican los comportamientos de la ópera francesa del siglo XIX como acto de socialización, alejados de las prácticas serias de escucha que llegarían en el Romanticismo. También analiza la transformación sufrida en los comportamientos del siglo comprendido entre 1750 y 1850: transformaciones que estuvieron amparadas por factores como las nuevas características físicas de las salas de concierto y las cualidades musicales de las obras³³. Los oyentes de la *Academie Royale de Musique* acudían por razones sociales más que estéticas, asegura Johnson. Un lugar de encuentro en el que la música era tan solo el pretexto ideal para la interacción del ver y dejarse ver. *Listening in Paris* tendrá el suficiente eco como para ser el referente a una serie de artículos publicados en la revista *Early Music* tan solo un año después. Entre esos artículos debemos destacar los de Christopher Page y William Weber.

Christopher Page animaba en 1997 a la creación de una nueva disciplina dentro de la musicología que se dedicara a la investigación de la escucha como práctica. Una disciplina que se preguntase por quién escuchaba en el pasado, de qué manera lo hacía y en qué circunstancias, con el objeto de reflexionar cómo afectó todo ello al estatus del arte musical, al grado de emancipación de la ceremonia y el ritual, y hasta por el uso sagrado o secular de los espacios destinados a la escucha y las performances. Estudiar la práctica de la escucha debe invitarnos —dice Page— a leer los escritos y el comportamiento social de los oyentes del pasado con mayor perspicacia y empatía³⁴.

También por influencia de *Listening in Paris*, aunque sea para contradecir a Johnson, William Weber publica *Did people listen in the 18th century?*, ensayo con el que pretende desterrar

³³ JOHNSON, JAMES H.: *Listening in Paris. A cultural history* (California, Londres, University of California Press, 1995).

³⁴ PAGE, CHRISTOPHER: "Listening Practice", *Early Music*, Nov. 1997, Vol. 25, No. 5, 25th Anniversary Issue: Listening Practice (Nov. 1997), p. 591.

la idea de que el modelo de escucha actual descende del siglo XIX³⁵. Para Weber, la opinión más reciente no hace más que idealizar los hábitos de escucha del siglo XIX y condenar con injustificada dureza los del siglo XVIII. Como él mismo indica su propósito es ofrecer un enfoque diferente del problema, un enfoque que nos exige que seamos más cuidadosos para no dejar que nuestra visión del pasado sea distorsionada por los supuestos estéticos e ideológicos a través de los cuales interpretamos nuestra propia experiencia musical. La vida musical del siglo XVIII se ajustaba a una etiqueta social que toleraba formas de comportamiento más diversas que las permitidas por nosotros en la actualidad, dice Weber. Eso no significa que la gente no escuchara en absoluto o que no tuviera un interés serio por la música. Prestaban atención de forma diferente a la nuestra y escribían sobre ella desde una perspectiva que, aunque nos parezca extraña ahora, tenía lógica musical e intelectual, insiste Weber. Por mi parte, intentaré demostrar el modelo justamente opuesto al ofrecido por Weber.

Las aportaciones posteriores a todos estos trabajos han ido en la línea de un análisis de la escucha desde un punto de vista más estilístico. Hasta hace pocas décadas los diferentes ámbitos de estudio de la musicología dirigían su atención al repertorio, la interpretación, la música en vivo; y desde la etnomusicología a la grabación, los medios tecnológicos empleados y las decisiones tomadas en el laboratorio sonoro, la distribución del soporte y el streaming y los medios empleados para ello, los públicos a los que se dirige la música desde el campo de la sociología de la música, los estudios de recepción de las obras y algunos estudios de mercado. Es decir, hasta alrededor del año 2000 la musicología se ha preguntado qué música se toca y cómo se interpreta. Si se graba, qué medios emplea y qué decisiones se toman en el estudio de grabación, si se graba en directo o en estudio, cómo influyen los medios tecnológicos en la respuesta final y hasta cuáles son los límites que se deben adoptar en las grabaciones. También se han preguntado por la distribución comercial y el acceso. Y aunque los estudios de recepción obligaron a cuestionarse preguntas sobre los oyentes, lo hicieron siempre teniendo como eje de rotación a las obras y a los compositores, y en menor medida las sociedades y los oyentes, como hemos visto en los casos de James H. Johnson y William Weber.

Con todo y ello, considero que falta una última pregunta, que, aunque no pretende cerrar el círculo epistemológico, sí que ayuda a entender una parte del proceso que ha pasado inadvertida hasta hace poco: cómo escucha el oyente, cuál es su método de escucha, qué actitud adopta ante la escucha; lo hace de manera reflexiva observando la estructura, o escucha la música por puro placer al margen de su comprensión. Es decir, debemos preguntarnos si el oyente adopta una

³⁵ WEBER, WILLIAM: "Did people listen in the 18th century?", *Early Music*, Nov. 1997, Vol. 25, No. 4, 25th Anniversary Issue; *Listening Practice* (Nov., 1997), pp. 678-691.

actitud de escucha racional o más bien emotiva; si es explícita o implícita. Pero debemos ir más allá para observar cómo afecta esa escucha al propio individuo y al conjunto de la sociedad en la que habita. O la más que pertinente pregunta de la etnometodología, ¿puede la escucha definir identidades, sean estas generacionales, nacionales, de clase o de conformación del gusto, o tal vez la globalización está socavando la construcción de esas identidades? Considero, además, que la escucha se ha convertido en un elemento secundario frente a la invasión de la cultura visual de las pantallas, lo aparente y el efecto.

En defensa de una musicología que huye del conservadurismo epistemológico, que crítica la musicología tradicional y que trata de convencer de que la sociología de la música debe ser entendida dentro del mismo campo que la propia musicología, encontramos voces como las de Lydia Goehr (1992), Richard Leppert (1995), Christopher Small (1998), Michel Chion (1998), Richard Middleton (2003) y Emily Thompson (2004), entre otros. Al mismo tiempo que surgía un interés por el sonido y la escucha con una perspectiva musicológica, desde la sociología, la filosofía, los estudios culturales y la historia cultural se publicaban importantes trabajos como los de Peter Sloterdijk (1998), Ulrich Beck (1998), Peter Burke (2000), Tia DeNora (2000), Eric Hobsbawm (2000), Jeremy Rifkin (2000) o Zygmunt Bauman (1998a, 1998b, 2000), por citar solo unos pocos ejemplos.

La línea iniciada en los estudios del sonido y la escucha de comienzos de siglo, continúa viva, pero ahora con la perspectiva añadida de las investigaciones procedentes del resto de campos, generando nuevos trabajos provenientes de diversas disciplinas. Con estos nuevos matices destacan las publicaciones de Paul Valéry (2005), Michael Bull (2005, 2007), Franco Fabbri (2006, 2007, 2009), Simon Frith (2006, 2017), Nancy Love (2006), Pierre Lévy (2007), Tim Blanning (2008), Marta García Quiñones (2008), Carmen Salgado Pardo (2008), David Suisman (2009), Veit Erlmann (2010), Daniela Furini (2010), Mark Katz (2010), Anhid Kassabian (2013), Sherry Turkle (2015) y Judy Wajcman (2015), por citar solo unos pocos. Tampoco podemos dejar pasar los más recientes trabajos musicológicos de Rahnild Brøvig-Hanssen y Anne Danielsen (2016), Brian J. Hraes *et al.* (2016), Tim Blanning (2017), Christian Thorau y Hensjakob Ziemer (2016) y Nicholas Cook (2019).

Para no dilatar innecesariamente esta introducción, propongo tomar como ejemplo la visión de Christopher Small en su libro *Musicking* (1998), quien ya anticipaba un cambio de postura en la musicología, defendiendo que no debemos entender por música el mero objeto representado por la partitura como la obra de un compositor, sino que la música es en sí misma una acción, un acto. Idea que parece tomar a su vez de Nicholas Cook y su *Music as Performance*. Small defiende la necesidad de conceder mayor relevancia a la interpretación y a la escucha

entendiéndolos como actos: «En efecto, la interpretación no existe para presentar obras musicales, sino que las obras musicales existen para dar a los intérpretes algo que interpretar»³⁶. Los significados esenciales de la música no son en absoluto individuales sino sociales. Estos significados no deben aislar a la música como obra, sino que son fundamentales para comprender la música como actividad, como performance. No como algo cosificado. La musicología debería reclamar para su propio espacio epistemológico aquello que suele atribuirse a la sociología de la música, a pesar de que existen voces contemporáneas que desean lo contrario, a saber, que la musicología no debería inmiscuirse en aspectos sociales; una idea ésta que rezuma un positivismo añejo y conservador que pretende seguir atesorando su atención en las obras y las biografías. La naturaleza y el significado de la música, dice Small, no se haya en los objetos, ni en las obras musicales, sino en la acción, en suma, en lo que la gente hace con la música: «Sólo entendiendo lo que hacen las personas al participar en un acto musical podemos esperar comprender su naturaleza y la función que cumple en la vida humana»³⁷. Cualquiera que sea la función de la música, lo que sea que las personas hacemos con la música, es, en definitiva, un acto de importancia central para la historiografía de la música.

Small propone la siguiente definición de música: “Hacer música es participar, en cualquier calidad, en una performance musical, ya sea interpretando, escuchando, ensayando o practicando, aportando material para la actuación (lo que se llama componer) o bailando”³⁸. Pues bien, en esta tesis también me centro en la escucha como actividad. Bien para establecer las diferencias históricas de lo que se ha dado a entender por escucha desde mediados del siglo XVIII, bien para intentar sistematizar una clasificación de la escucha, o incluso para establecer vínculos entre la escucha y los factores sociales, políticos, filosóficos y tecnológicos.

Desde el marco de la investigación social de la cultura en general me gustaría destacar los trabajos de Anthony Giddens (2014) y César Alonso de los Ríos *et al.* (1986), quienes analizan los medios de comunicación, el uno desde el punto de vista sociológico, el otro periodístico; Jean Bradrillard (2016, [1978]) quien, desde una postura neomarxista, describe en *Cultura y Simulacro* el mundo de los signos, el fin de lo social, y el delirio de querer explicarlo todo traspasando lo real, recreando una simulación exagerada e hiperrealista de los sucesos;

³⁶ SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 8. [*For performance does not exist in order to present musical works, but rather, musical works exist in order to give performers something to perform*].

³⁷ *Ibid.* [*It is only by understanding what people do as they take part in a musical act that we can hope to understand its nature and the function it fulfills in human life*].

³⁸ *Ibid.* p., 9. [*To music is to take part, in any capacity, in a musical performance, whether by performing, by listening, by rehearsing or practicing, by providing material for performance (what is called composing), or by dancing*].

Zygmunt Bauman (2008, 2015) que critica el mundo digital y la desaparición de los parámetros sólidos y tradicionales de las sociedades del bienestar; Manuel Castells (2016a, [1997]; 2016b, [2009]), uno de los sociólogos más citados por sus colegas y experto en el análisis y las consecuencias sociales de la comunicación y las tecnologías; Umberto Eco (2016), intelectual que afrontó cantidad de temas sociales y filosóficos entre los que destaco *Apocalípticos e Integrados* con el que explica la adhesión y el rechazo a los nuevos medios de masas y las consecuencias que están teniendo en las formas de pensamiento y; Pierre Lévy (2011, [2007]) que analiza cómo la música es fiel reflejo y anticipo de los cambios sociales. Desde el examen de la música y su influencia en el amplio contexto social me gustaría destacar los trabajos de Joan E. Adell (1998), Jacques Attali (1977), Antonio Ariño (2007), Miguel de Aguilera *et al. Eds.* (2008), Jaime Hormigos (2008), Vincent Mosco (2016), Antonio Notario (2007), Ana Rebollo (2003), Carmen Salgado (2008), Eduardo Verdú (2011), Stephen Witt (2016), George Yúdice (2007) y los ya citados Fabri y Frith.

A finales de la década de 1970 y principios de 1980, surgen una serie de estudios que centran su objetivo en los cambios de las estructuras económicas, tecnológicas, de pensamiento y sociales. El camino a la sociedad postindustrial fue objeto de análisis por el japonés Yoneji Masuda en 1981. En su libro *The information society as post-industrial*, se centra en el cambio de paradigma de las sociedades industriales a las «sociedades de la información», término por él acuñado. Dos años antes de Masuda, Jean-François Lyotard había escrito por encargo del gobierno de Quebec un informe sobre los cambios en el ámbito del conocimiento, cuyos resultados fueron recogidos en *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. La evidencia de que algo estaba ocurriendo en la mente de las sociedades de aquellos años, quedaría reflejado en la caída del Muro de Berlín en 1989, el colapso de la extinta URSS y el consiguiente final de la Guerra Fría. Surgen nuevas expresiones geopolíticas que tendrán reflejo en ámbitos de la economía, la política, la cultura y la tecnología, y que darían como resultado una sociedad globalizada. La Sociedad de la Información de Masuda, la sociedad posindustrial o la posmodernidad de Lyotard (1979), el estudio de David Harvey sobre *La condición de la posmodernidad* (1990), el trabajo de Ulrich Beck sobre la globalización (1998), o el ensayo sobre las sociedades líquidas de Zygmunt Bauman (2000) y la *Sociedad en Red* de Manuel Castells (2006), vienen a alimentar el debate sobre los tiempos de cambio, aunque lo hagan desde distintas perspectivas³⁹.

La filosofía también se ha hecho eco durante los últimos años de la importancia de la escucha. Acertadamente, el ya citado Peter Sloterdijk es consciente de que «En los últimos años, el

³⁹ Vid. SALVAT MARTINREY, GUIOMAR y VICENTE SERRANO MARÍN: *La revolución digital y la Sociedad de la Información* (España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011), pp. 13-36.

oído ha pasado a ser tema filosófico», además de señalar que «la filosofía occidental de la luz y la visión tuvo, es sus esclarecidos días entre Platón y Hegel, una relación más bien desdeñosa con la realidad del oído» (Sloterdijk, 1998: 285-286). En muchos casos la diferencia ontológica que separa la sociología de la filosofía no está demasiado clara, con lo que buena parte de los autores sociales citados antes podrían perfectamente aparecer ahora. La perspectiva filosófica de la escucha es analizada desde diferentes enfoques tales como la historia filosófica de la escucha a través de diversos pensadores (como hace David Picó Sentelles y el concepto de escucha en Friedrich Nietzsche, 2005), la escucha de la música como eje fundamental para la resonancia del individuo con el mundo (Rosa, 2013, 2016), o bien como método de reflexión filosófica dirigida hacia una epistemología de la fenomenología y la hermenéutica de los sentidos (Sloterdijk, 1998). También como medio para la identificación estética del sonido en su sentido más amplio (Michel Chion, 1998), como parte de método pedagógico de las enseñanzas musicales (Delalande, 2013), o bien dentro de la filosofía de la música que, en sentido amplio, ha tendido a recibir el nombre de estética de la música (P. Kivy, 2001; J. O. Young, 2017).

Otro ejemplo en el que la filosofía se centra en la escucha proviene del neozelandés Stan Godlovitch. En la primera parte de *Musical Performance* (1998) plantea los mecanismos necesarios para poder hablar de performance. Una de las condiciones esenciales es que el oyente adopte una postura de escucha atenta. En la segunda parte del libro se centra en los cambios de modelo de las performances como consecuencia de la aparición de las tecnologías de la computación y los *readymades*. La grabación es para Godlovitch una mediación que puede modificar el concepto tradicional de performance, pues “engaña” al oyente al transformar lo que él llama la agencia primaria, entendida ésta como la causalidad directa de una performance que debe implicar la causación directa, inmediata y física del sonido por parte del agente (intérprete).

Por último, el trabajo de Lawrence Kramer, *The hum of the world. A Philosophy of listening* (2018) afronta el estudio de la escucha, del zumbido (*hum*) del mundo para atender a aspectos tan diversos como la historia de la cultura, el paisaje sonoro, la música, la escucha, la aportación del sonido a la producción del conocimiento humano, la tecnología auditiva o el ruido. Kramer nos invita a escuchar el mundo con la misma atención e intensidad que lo vemos. Aunque defiende que en los últimos años la escucha ha adquirido una relevancia notable, personalmente considero que debemos diferenciar entre estar rodeados e invadidos por sonidos indeseados en muchos casos a los que no prestamos atención y los sonidos deseados y buscados cuyo ejemplo paradigmático suele ser la música. En palabras de Kramer, la experiencia positiva que nos da acceso a la vida no se concibe sin sonido. ¿Cómo cambia nuestra concepción del mundo el hecho de aprender a escuchar?, se pregunta con especial atino y pertinencia dado el alterado

mundo contemporáneo que habitamos. ¿Qué aporta el sonido al conocimiento humano? Para el musicólogo estadounidense el mundo se muestra más vivo si atendemos a los sonidos que nos presta⁴⁰.

Nos queda enmarcar el plano tecnológico, y para ello hemos recurrido a estudios como los de Trevor Williams (1977a, 1977b, 1987) que ofrece una perspectiva general de la evolución de la tecnología desde la aparición del hombre en la tierra hasta 1950. Los excelentes trabajos de Karin Bijsterveld (*Mechanical sound*, 2008) y Donald MacKenize junto a Judy Wajcman (*The Social Shaping of Technology*, 1999) también analizan la inyección de oportunidades y de cambios que los nuevos medios tecnológicos han aportado en las sociedades y su música.

Destaco la gran utilidad de internet para encontrar trabajos publicados en inglés que han centrado su foco de atención en tecnologías digitales relacionadas con la música. Entre algunos de estos trabajos hay que destacar los de Richard Berry (2006), Michael Bull (2005) y Linden, Kraemer y Dedrick (2007). Debo añadir que buena parte de la documentación sobre la tecnología se halla dispersa en diarios nacionales e internacionales (*New York Times*, *El País*, *El Mundo*, etc.) que se hacen eco de los desarrollos tecnológicos más modernos. He analizado buena parte de estas publicaciones que hacen referencias a aparatos reproductores, economía de la producción musical y algunos de sus derivados sociales. En estos periódicos se haya dispersa la historia del nacimiento del Walkman, el iPod, Napster y los MP3. Una vez elaborado el mapa cronológico de estos inventos he podido desarrollar algunas consecuencias sociales en el uso de estos elementos.

El efecto que la tecnología tiene en las sociedades es capaz de modificar patrones, conductas, hábitos, rituales y modelos de escucha. Al nacer la grabación a finales del siglo XIX, surgieron preguntas sobre el manejo de unos soportes recientemente creados que generaron cuestiones sobre el futuro de la cultura mediática. En las primeras décadas del siglo XX algunos pensadores reflexionaron sobre las consecuencias que tendría todo ello en la vida social. Contemplaron la rápida adaptación por parte de unas sociedades que acogían de buen grado aquellos inventos para transformar la inversión del tiempo libre de los ciudadanos, siempre con el fuerte impulso y el amparo de los grandes grupos mediáticos recientemente creados. ¿Qué resultados depararían los nuevos productos de masas? ¿Cuáles serían las consecuencias a largo plazo para los diferentes contextos sociales, culturales y económicos? Y en el ámbito de lo simbólico ¿cómo afectarían a los valores sólidos de la hegemónica burguesía decimonónica? ¿Perdería el arte su

⁴⁰ KRAMER, LAWRENCE: *The Hum of the World. A philosophy of listening* (University of California Press, 2018), p. 36. Esta escucha del mundo está en consonancia con el concepto de «resonancia» explicado en ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]).

antiguo carácter profético y aurático? ¿Provocarían todo ello cambios en los modelos de escucha?

Estas preguntas tuvieron respuestas más o menos acertadas en la primera mitad del siglo XX. Entre quienes se manifestaron abiertamente sobre ello estuvieron Walter Benjamin, Theodor Adorno y Paul Valéry. El escepticismo de sus respuestas es, en parte, fruto del inestable contexto histórico en el que escriben correspondiente al periodo de entreguerras. Desde una perspectiva histórica debemos ser conscientes, que tanto Benjamin como Valéry, pronosticaron certeramente buena parte de las secuelas que la llegada de los *mass media* tendrían en la cultura y las sociedades. Decía Valéry: «Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así no alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo»⁴¹. Una distopía ésta que ya hace años se cumplió. Aunque hayan pasado noventa años de este vaticinio publicado en *La conquête de l'ubiquité*, Valéry parece estar hablando en el presente. La ubicuidad, el transporte, la reproducción, el acceso y la transmisión de la música, su presencia o restitución con absoluta inmediatez y la «distribución de Realidad Sensible a domicilio» (sic.), son factores, todos ellos, que se han cumplido en nuestra era del acceso.

Si tomamos como ejemplo la tecnología, no es casual que el comienzo de una etapa histórica concebida desde el punto de vista sociológico, arranque al mismo tiempo que la aparición de determinados desarrollos tecnológicos. Aunque la tecnología no determina, sí influye en los modos de vida. Por ejemplo, refiriéndose a la segunda mitad del siglo XX, Jean-François Lyotard consideraba que «el saber cambia de estatuto al mismo tiempo que las sociedades entran en la edad llamada postindustrial y las culturas en la edad llamada postmoderna. Este paso ha comenzado cuando menos desde fines de los 50, que para Europa señalan el fin de su reconstrucción»⁴². Lyotard es consciente de que la aplicación tecnológica en los distintos ámbitos sociales tuvo en la década de 1970 un marcado carácter que ayudaba a desmarcarse de los antiguos conceptos de sociedad industrial y de modernidad. Entre estas aplicaciones alude desde comienzos de los ochenta a la cibernética, la informática, los ordenadores y sus lenguajes, la búsqueda de compatibilidades entre lenguajes y máquinas, los problemas de memorización, los bancos de datos y la telemática. Lyotard anuncia una nueva era marcada por el poder de la comunicación, su

⁴¹ VALÉRY, PAUL: “La conquista de la ubicuidad”, *Piezas sobre arte* (Madrid, Machado Libros, 2005, [1928]), pp. 131-132.

⁴² LYOTARD, JEAN-FRANÇOIS: *La condición postmoderna. Informe sobre el saber* (Madrid, Cátedra, 2016 [1984]), p. 13.

transmisión, clasificación y manejo, a través de la normalización de máquinas de la información miniaturizadas y de fácil comercialización.

La raíz teórica de la que arrancan buena parte de los estudios culturales de la posmodernidad, y que ha ido tejiendo casi sin querer parte de la bibliografía de este trabajo mediante las citas de unos a otros, se corresponde con la vertiente postestructuralista de la rama francesa de trabajos como los de Jean Baudrillard, Michael Foucault, Jean-François Lyotard y Jacques Derrida. Autores que dirigieron sus críticas al estructuralismo, rama de estudio a la que ellos mismos pertenecieron, y que se encuadra en la primera década del siglo XX, cuyo punto de encuentro final podríamos llamar, de manera tal vez demasiado general, postmodernistas, dadas las coincidencias temporales de sus trabajos y algunas características comunes en sus planteamientos metodológicos. Gran parte de estos autores abanderan ideas y métodos propios del neomarxismo y de la Escuela de Frankfurt, con la única excepción digna representada en la figura del estadounidense Marshall Berman, neomarxista que niega la existencia de una era posmoderna y que reclama el conocimiento de nuestra era en base a la tradición moderna, no sin advertir los peligros y retos propios de la segunda mitad del siglo XX.

Cuando nuestras pesquisas se han centrado en la última fase de la modernidad, de obligado cumplimiento es identificar la terminología utilizada por gran parte de los investigadores arriba citados. En realidad, entre las numerosas denominaciones (posmodernidad, modernidad tardía, segunda modernidad, tardomodernidad, modernidad líquida, era del acceso, era digital, era de la información, hiperrealidad, hipermodernidad y capitalismo cultural) no existen tantas diferencias en cuanto a su marco epistemológico⁴³. Más parece una lucha por encontrar un término que adecúe los cambios por todos admitidos con el objeto de ponerlo de moda en el ambiente académico.

En lo que sí coinciden estos investigadores es en advertir que en la segunda mitad de siglo, sobre todo a finales de los setenta y comienzos de los ochenta, se da un punto de inflexión que obliga a abandonar el sistema de producción fordista para acoger el llamado postfordismo, un modelo de negocio que transitó desde el capitalismo industrial a otro centrado en la cultura y el acceso a la información (Rifkin, 2017, [2000]; Castells, 1997, 1998). También coinciden todos ellos en que con el fin de la Segunda Guerra Mundial surge un nuevo orden que brota en Estados Unidos para reconfigurar los mecanismos de la economía, y que se expande al resto del planeta en los países desarrollados. Un periodo en el que comienza el derrumbe de estructuras sólidas

⁴³ Una división comúnmente aceptada es la de dividir la modernidad en tres etapas: modernidad temprana (s. XVI hasta 1850), modernidad clásica o fordista (de 1850 a 1970) y modernidad tardía o postfordista (de 1970 hasta el presente).

y tradicionales como la familia y el proteccionismo de los Estados. Las instituciones estatales ceden buena parte de sus obligaciones a entidades privadas que favorecen la descomposición del capital humano, la desregularización de los mercados, la desigualdad económica e informacional. Surgen redes poco estables, líquidas. Al ciudadano se le hace responsable tanto de las victorias como de las derrotas que experimenta en su propia vida. Bajo este prisma de rápidas transformaciones, la producción, distribución y escucha de la música sufrirán importantes cambios.

Las sociedades de esta fase última de la modernidad tienden a ser vistas como hedonistas y frágiles, viven interconectadas y presentan flujos de información que han hecho claudicar patrones que pertenecían a la etapa anterior. Todos coinciden en asumir que vivimos en una era de consumismo ciego y voraz que favorece el desorden y las desigualdades. El individualismo, el acceso a la red, las megacorporaciones, cierta pérdida de valores humanos (la deshumanización) y la acelerada reducción del espacio y el tiempo (J. B. Thompson, Hartmut Rosa), la obsolescencia —tanto de los objetos como de las personas (Günther Anders, 2011, [2002])— son otras de las preocupaciones recogidas por la filosofía y la sociología de las últimas décadas del siglo XX. Por último, la lúcida diferenciación que establece Ulrich Beck entre globalización, globalismo y globalidad nos ha ayudado usar cada término cuando así corresponda; también para seguir vertiendo diferencias entre primera y segunda modernidad.⁴⁴

Así, la falta de material definitorio en torno a mi objeto de estudio me ha obligado a contemplar transversalmente otras ciencias afines a los ámbitos de estudio señalados. Desde una postura humilde pero ambiciosa he intentado completar algunas iniciativas abordadas desde la musicología y la sociología. A propósito de esta última, se podrá notar cierto cambio en el método de exploración social, que nos desplaza desde paradigma sistémico al constructivista en torno a mediados del siglo XX. Aparte de estas disciplinas, recurrir a la mirada filosófica de tintes sociales nos ha servido para ilustrar un panorama más amplio sobre las razones del cambio en ciertas estructuras sociales desde mediados del siglo XVIII hasta principios del XXI. Elegir una postura panóptica también nos ha animado a ejercer la autocrítica. A priori, este maremágnum de autores podría parecer no tener ningún vínculo con la escucha de música, pero como veremos

⁴⁴ Para Beck, la *globalidad* hace referencia a que los Estados y las sociedades de la segunda modernidad (como él la llama), están abocados a mantener obligatoriamente interacciones de todo tipo (económicas, comunicativas, culturales, etc.) como consecuencia del acercamiento que produce vivir conectados. *Globalización* obedece a los procesos de esas interacciones y sus consecuencias. Si la globalidad es compleja el globalismo es simple y debemos entender por este como un “dominio del mercado mundial que impregna todos los aspectos y los transforma todo” (2017, [1998]).

a lo largo de la tesis, las actitudes de los oyentes están directamente relacionados con paradigma sociales, culturales y estéticos.

Mi principal interés radicaba en explicar cómo se escucha la música hoy en día en base a criterios musicales, sociales y tecnológicos. Pero para investigar los patrones de escucha de la modernidad líquida, debemos compararlos con modos aurales previos. Para un análisis comparativo sobre los cambios paradigmáticos en los modelos de escucha me he retrotraído hasta mediados del siglo XVIII, una decisión que, como veremos, no es baladí. Ha sido necesario entender cómo se escuchó la música justo antes de la construcción de las grandes salas de conciertos del siglo XIX. Luego analizaremos como la fonografía comenzó a modificar esos patrones estéticos de escucha para terminar explicando la escucha desatenta de nuestras sociedades contemporáneas.

Por último, una nota: las traducciones de los libros empleados en esta investigación son en muchos casos muy posteriores a la de la publicación en su idioma original, algunas con una diferencia de hasta veinte años de desfase. Por eso, he considerado importante señalar este intervalo, ya que algunos trabajos originales coinciden con fechas clave para esta investigación. Por este motivo, las citas a pie de página y la bibliografía aparecen tanto con la fecha de publicación que he manejado como la fecha de la primera edición en su lengua original.

1.4. METODOLOGÍA

Escribir una historia de la escucha tiene sus obstáculos y desafíos, entre los que se encuentran los causados por las tradiciones disciplinares en musicología y la historia social y cultural, pero también los problemas derivados de la propia naturaleza del examen de algo tan efímero, invisible y transitorio como es el de la percepción de la música, tanto en cuanto a sonido se refiere y que escapa a la necesaria documentación y descripción que la ciencia requiere. Al menos así lo entienden Christian Thorau y Hansjakob Ziemer advirtiéndolo en su introducción al ya citado volumen en *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (2019: 18-19). No obstante, son profusas las fuentes existentes al abordar semejante tarea, solo que o bien no se han tenido lo suficientemente en cuenta o bien han sido obviadas.

La sencilla razón de pensar que se debe historiar la escucha entendida como arte acarrea un trasfondo cultural e ideológico que hunde sus raíces en el siglo XIX. El volumen de Thorau y Ziemer sobre el estudio de la escucha veía la luz dos años después del comienzo de esta tesis, un hecho que define la absoluta contemporaneidad del tema del recién llamado *auditory turn*, *acoustic turn* o *aural turn*. Si bien el enfoque metodológico de este volumen es distinto al nuestro, abría nuevas perspectivas para nuestro propio análisis de la escucha. Mi objetivo no consiste solamente en historiar la escucha, como hacen Thorau y Ziemer, sino en ofrecer un marco epistemológico derivado del análisis social, tecnológico y filosófico, una empresa que complicaba más si cabe el estudio de la percepción de la música. Si Thorau y Ziemer investigan desde una perspectiva generalmente histórica, creo que mi enfoque social y filosófico, junto con la ayuda del análisis tecnológico, es capaz de abrir vías de entrada a la inhóspita investigación sobre la escucha. El análisis social ofrece el marco sobre el que actúan los individuos. El análisis tecnológico sienta las bases para un análisis en cuanto a la relación del hombre con los objetos sonoros en lo que se refiere a su construcción, producción y reproducción. Y el análisis filosófico trata de encuadrar al sujeto como entidad ontológica que vive y se desarrolla en un complejo epistemológico y de estructuras del pensamiento. En suma, esa triple perspectiva pretende dar respuesta a la escucha de la música del ser como sujeto social y animal simbólico que es, al ser como sujeto individual y autónomo, y al ser como sujeto que forma parte del conglomerado de pensamientos y cosas que actúan en base a patrones normativos, y que a su vez conforman lo que entendemos como cultura⁴⁵.

Esta tesis es fruto de una voluntad interdisciplinar completamente necesaria. El puerto de partida tiene base musicológica, pero hacemos escala en numerosas fuentes procedentes del

⁴⁵ ARIÑO VILLARROYA, ANTONIO: “Sociología de la cultura”, en GINER, SALVADOR (coord.): *Teoría sociológica moderna* (Barcelona, Editorial Planeta, 2011, [2003]), pp. 345-381.

conocimiento social. Estudios sobre el sonido, la tecnología, la escucha, la historia, la musicología, la filosofía de la música, la historia social, ensayos que indagan en las fuentes del capitalismo neoliberal y el posmodernismo, los medios de comunicación de masas, la información, el estudio de las leyes de protección de datos y la economía, conforman, entre otras, las fuentes epistemológicas que cimentan buena parte teórica de este trabajo. Es precisamente esta miscelánea la que me conduce a analizar la escucha desde una perspectiva vasta que incorpore la mirada crítica y multidisciplinar no centrada exclusivamente en el dato histórico.

Desde la historia cultural y la sociología, y desde la etnomusicología y la etnografía, se viene criticando la postura adoptada por la historiografía de la música de la segunda mitad del siglo XX. Si el texto musical ofrece un medio para afrontar el estudio de la música, no podemos caer en el error de centrarnos en el texto histórico exclusivamente para trazar una historia de la escucha de la música. Es necesario acudir a varias ramas del saber. Se podrá criticar mi exceso de ambición o mi falta de especialización en algunas de las disciplinas que he manejado, y tal vez hasta una cierta imprudencia ante lo inabarcable del compromiso adquirido, pero también soy firmemente consciente de que salirse del texto como único método de estudio, desbrozó un camino yeco, un camino del que sólo se ha limpiado una pequeña porción y que, de no haber sido así, hubiese enclaustrado la metodología en un marco teórico tuerto. Con esto no quiero decir que mi mirada sea más nítida, pero sí intento ofrecer una panorámica que pueda ofrecer un cabo de amarre como puerto de entrada a futuras investigaciones sobre el estudio de la escucha.

En lo que sí coincido con Thorau y Ziemer es en advertir que la definición de escucha de la música no debe ser entendida como un bien universal, sino más bien como un producto reflejo de tiempos y lugares específicos. Dicho de otro modo, cada cultura y cada tiempo histórico representan sus propias formas de escucha. En esta tesis parto de la inesperada ventaja de que los procesos globalizadores y mundializadores de las últimas décadas, junto a las diásporas culturales en el mundo aceleradamente conectado de hoy, han contribuido a elaborar un gusto, unos hábitos y unos rituales de escucha que le son propios a gran parte de la población tecnologizada del planeta, y que pueden ser abordados en su conjunto, aunque sea de forma un tanto generalizada. La fecha que separa los dos paradigmas de escucha que pretendo recomponer — a saber, la escucha atenta y la escucha distraída—, no está demasiado clara, aunque buena parte de los investigadores sociales coinciden en afirmar, como ya se a dicho, que comienza a muy tardar en la década de 1970, bajo el amparo de un desarrollo tecnológico comunicacional y una serie de cambios sociopolíticos profundamente relevantes.

Advierte Jan Friedrich Missfelder que los sonidos sólo pueden constituirse como fenómenos históricos y objetos de investigación histórica a través de las pautas de percepción e interpretación históricamente cambiantes y sus formas de representación mediáticas⁴⁶. Es decir, no se pueden estudiar los sonidos sino a través de sus secuelas ontológicas, reflejo del estudio de la percepción, la interpretación y los medios de representación empleados. Y este es el gran reto que tenemos entre manos, entender la escucha musical dentro de los contextos específicos, pero siendo conscientes de que existen interrelaciones con otros modos de sentir y de entender. «Nada tiene sentido salvo en relación con el entorno, medio o contexto que lo contiene», decía McLuhan en *Aldea global* (2015: 107, [1989]). Tal vez nunca sea posible describir por completo cómo se escuchaba la música antes de la fonografía, pero la gran ventaja con respecto al estudio de la partitura es que la grabación de la música y los medios empleados para su escucha confieren no sólo los modos de acercamiento al hecho musical, sino que nos aproximan al contexto general en el que tiene lugar.

El método aquí empleado, siguiendo a Nicholas Cook, se aleja del objeto y los sujetos para centrarse en los procesos y los procedimientos. Se trata de un enfoque reciente en la musicología que estimula el estudio de los espacios de socialización, la historia cultural, la música en su sentido inmaterial, buscando siempre el diálogo con otras disciplinas. A la historiografía positivista se le sumaron más tarde los estudios de la interpretación y la recepción en los ochenta. El siguiente proceso natural que debía incorporar el discurso musicológico, parecía ser la incorporación del sonido, el oyente y la escucha en los años noventa, elementos estos que, de un modo u otro, tendieron a estar marginados por la musicología tradicional. Para alcanzar un nuevo enfoque epistemológico era necesario apartar por un momento la obra, el autor, los estilos, los métodos de composición y el *Zeitgeist*, y abrazar los rituales sociales y comportamientos, las prácticas y los espacios físicos de escucha. Un campo de estudio este que ha sido abonado por Cook, Small, Sterne, Thompson, Frith, Fabbri, entre otros, y que también ha sido duramente criticado desde las posturas más conservadoras.

Dejar por un momento al genio para buscar las relaciones y los significados culturales, sociales y políticos creados dentro de los procesos de apropiación de la música. Esto no quiere decir que nuestra pretensión sea la de abandonar el método tradicional, sino que este nos permita abrir nuevos caminos. Los géneros y los elementos de la composición son tan necesarios para entender la escucha como el análisis de los comportamientos de la audiencia. Sirvan los siguientes ejemplos: sabemos que la escucha de música de cámara es distinta a la de la sala de

⁴⁶ Citado en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 61.

conciertos; la escucha de una sinfonía es distinta a la de una ópera; no se percibe igual la música clásica que la popular; el estudio de la escucha en distintas regiones y países europeos revela que no se escuchó igual en Inglaterra que en Alemania o Francia en el siglo XIX; tampoco se escuchó igual en 1820 que en 1840; también se ha demostrado que las revoluciones de 1848 tuvieron consecuencias en las estructuras institucionales provocando nuevas estéticas aurales; de la misma manera, a finales del siglo XVIII surgió un arte de la escucha que serviría de modelo a la burguesía europea del siglo XIX; como último ejemplo, el *music hall* se percibe diferente que la música del Tin Pan Alley, y el jazz no se apreció igual en los años veinte que en los sesenta.

Como observan Thorau y Ziemer la interacción de las estructuras musicales y las reacciones de los oyentes no pueden reducirse ni a los procesos psicofisiológicos ni a la estructura de la composición. Es decir, si realmente deseamos abordar un estudio histórico serio de la escucha, deberemos abandonar por un momento la legitimización que la escucha atenta ha tenido a lo largo de la historiografía, merced al tan famoso formalismo de Eduard Haslick, reforzado en el siglo XX por Adorno. Premiar la escucha estructural, la escucha explícita y consciente sobre otros modos de escucha, implica, como veremos, una carga ideológica capaz de alcanzar nuestros días. Las experiencias de escucha, entendidas como reacciones cognitivas y emocionales, como construcciones históricas y memorísticas, susceptibles del acomodo de modas estéticas casuales, se originan en un complejo sistema de ideas y comportamientos que definen lo que significa la música, a qué propósito sirve y cómo se percibe⁴⁷. Deberíamos entender la música no como un objeto estático, sino como una acción que deja rastros visibles y secuelas en las generaciones futuras. Deberíamos abordar la escucha no como un hecho terminado, sino en constante reinterpretación. Es decir, debemos entender la música como proceso. Si queremos ampliar los horizontes de análisis, no debemos centrarnos exclusivamente en el «*text*», sino en la música como ese «*act*» al que se refería Richard Taruskin. O como el «*musicking*» aludido por Christopher Small.

¿Qué rastros ha dejado la música escuchada que no atiendan exclusivamente a la subjetividad, la estructura o la estética? ¿De qué manera se puede plasmar la naturaleza efímera de la música en la experiencia de la escucha? ¿Qué huellas deja la música que puedan ser objeto de estudio científico? Algunas respuestas a estas preguntas se hayan en las representaciones visuales (Leppert: 1995), otras en la literatura crítica y filosófica (Hanslick, Schopenhauer, Benjamin, Adorno, etc.), algunas en descripciones explícitas de eventos, rituales de socialización

⁴⁷ THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 21.

(Johnson: 1995), y también en la lectura de programas de concierto que animaban al oyente a adoptar una determinada actitud. Podemos hallar respuestas en los desarrollos tecnológicos como medios de consumo capaces de transformar los rituales de escucha (Adorno, Sterne, Bull). Busquemos en los diarios personales escritos por la burguesía, en la correspondencia privada, en los periódicos que recogen buena parte de las reacciones de los oyentes. Indaguemos en los tratados de teoría y filosofía, en los análisis históricos de la estética, en el consumo de masas, o en el estudio de la acústica y su evolución y aplicación en las salas de conciertos (E. Thompson). No menos importante para entender la escucha desde una perspectiva histórica es la evolución de las ciudades como ejes configuradores de paisajes urbanos (Simmel). Incluso una lectura abierta de los informes de ventas y hábitos de escucha publicados por la industria de la música fonográfica nos pueden llevar a ofrecer succulentas conclusiones. Por último, las revistas de música, los periódicos, el análisis social, el estudio cultural de la música y la filosofía moderna y contemporánea están repletas de pequeños destellos sobre la escucha, los hábitos y las conductas adoptadas por los oyentes.

Existen dos tipos de cambios en la vida social y la historia de la cultura: los cambios contingentes y los cambios paradigmáticos. Un cambio contingente en la historia puede o no tener una repercusión en las generaciones posteriores. Muchos cambios contingentes pueden y suelen provocar un cambio de paradigma deslavazado y difuso desarrollado a lo largo del tiempo. Un cambio brusco en los modelos políticos, sociales o institucionales genera necesariamente un nuevo paradigma, como el producido en la ópera de París a finales del siglo XVIII con la Revolución (Johnson: 1995).

Aunque muchos de los números no tratan el tema de la escucha directamente, he acudido a publicaciones periódicas sobre música de las revistas *Ritmo*, *Scherzo*, *Diapason* y *Gramophon* desde 1980 hasta el presente. Las pocas veces tratan el tema de la escucha, pude comprobar que este tipo de publicaciones privilegia la escucha estructural frente a otros tipos de percepción que veremos más adelante. También he acudido a la hemeroteca de los periódicos más importantes con la intención de remarcar esta misma idea. Además, una lectura transversal y una interpretación de los datos publicados por los informes internacionales sobre producción de música grabada, ofrece interesantes pistas sobre los modos de escucha de las diferentes épocas de la era fonográfica. Algunas de estas instituciones y federaciones consultadas son: Recording Industry Association of America, Bundesverband Musikindustrie, Recording Industry Association of Japan, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, Federazione Industria Musicale Italiana, British Phonographic Industry, SGAE, PROMUSICAE, International Federation of Phonography Industry. Con todo y ello, los artículos publicados en revistas

especializadas y, sobre todo, unos doscientos cincuenta libros relacionados con la musicología y la sociología son el sustrato que sostiene la construcción hipotética y discursiva de este trabajo.

Lo que en principio parecía un método caótico de estudio basado en lecturas aparentemente dispersas, quedó resuelto al establecer progresivamente una triple relación: 1) el vínculo que se da entre los autores de una misma especialidad; 2) la relación que se da entre unas disciplinas y otras; 3) y la relación que yo mismo he establecido entre los diferentes autores y disciplinas con el objeto de analizar la escucha. Acudir a Gilles Lipovetsky, Nicholas Cook y Richard Middleton al mismo tiempo, no ha sido algo casual. Aunque hablen de cosas distintas y manejen métodos dispares, comparten un hilo argumental que he trasladado al estudio de la escucha. Sirvan las palabras del musicólogo italiano Franco Fabbri para incidir en lo necesario del interdisciplinar: «La etnomusicología, la antropología de la música, la sociología de la música, los estudios sobre el jazz, los estudios sobre *popular music*, y así sucesivamente, abarcan espacios disciplinares (o interdisciplinares) lógicamente pertenecientes a la musicología, pero no solo tienen nombres distintos: reúnen a comunidades distintas de estudiosos, y se organizan de maneras distintas de las instituciones didácticas y de investigación»⁴⁸. Y continúa Fabbri citando a Sheperd: «es el sistema político-económico dominante el que “milita activamente contra el desarrollo de cualquier teoría musicológica que ponga lo social en música como fundamento propio”»⁴⁹.

Tendrán parte de razón quienes vean en este trabajo cierta ausencia de método científico. Y sin que suene a excusa, la razón de ello se halla en el desamparo al que la musicología ha sometido el tema de la escucha. Una consecuencia es que los mejores trabajos publicados sobre el tema no pertenecen al mundo de la musicología. James H. Johnson declara en *Listening in Paris* que él no es musicólogo, por lo que no tiene más remedio que acudir a las obras, a la filosofía y a los aspectos sociales y culturales relacionados con las experiencias de los oyentes⁵⁰. Por su parte, Peter Szendy traslada la escucha al campo filosófico, a pesar de tener también una formación musicóloga. Emily Thompson recoge todo lo relacionado con la acústica y la tecnología, igual que hace Jonathan Sterne para historiar los paradigmas de la percepción durante la primera mitad del siglo XX. El que una ciencia que trabaja con la música como sonido —como es caso de la musicología— no disponga de un método de estudio propio para el análisis de la

⁴⁸ FABBRI, FRANCO: *La música como forma de interrelación social*, II Jornades d'Estudiants de Musicologia i Jovenes Musicòlegs, Escola Superior de Música de Catalunya (ESMuC), 9 de Mayo de 2009, p. 19. Traducción de Marta García Quiñones.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 19-20.

⁵⁰ JOHNSON, JAMES: *Listening in Paris. A Cultural history* (University of California Press, 1995).

escucha resulta, cuanto menos, paradójico. Reitero que he echado en falta un apoyo musicológico del análisis de la escucha del público y el estudio de los modelos de percepción. Si discutimos sobre la percepción tenemos que hablar necesariamente de la música como fenómeno para, de nuevo, pisar fuera de las fronteras que tan celosamente guarda el método historiográfico tradicional. La teoría fenoménica de la escucha nos habla desde fuera de la musicología a través de Husserl, Schütz, Roman Ingarden o Godlovitch.

Desde la atalaya en la vigilamos nuestros límites metodológicos criticamos todo intento de estudio que no emplee los métodos paradigmáticos. Pero cuando no alcanzamos a explicar con nuestro método ciertos aspectos de la ciencia humana y social, elementos que se escapan a nuestro conocimiento, es cuando pedimos disculpas por tomar préstamos de otras disciplinas. También puede ocurrir que critiquemos la visión reduccionista de nuestro feudo, intentando abrir horizontes. Para algunos es una cuestión de vértigo afrontar que el camino se estrecha, y prefieren seguir juzgando y vigilando desde la atalaya. Para otros, es una cuestión de pudor, pues no debe evidenciar la propia insuficiencia. Otros casos conducen a pensar que se trata de una ceguera dogmática y visceral. ¿Quién tiene razón? Sí la atalaya ha tenido función defensiva y de vigilancia, los dogmas hacen exactamente lo mismo.

Nuestros métodos son el resultado de la evolución y la acumulación de intereses procedentes de la musicología a lo largo de su corta vida como disciplina, una disciplina, no lo olvidemos, que investiga el sonido humanamente organizado. Nuestro método actual es fruto del análisis formal de la partitura, más el estudio de las biografías de compositores entronados y canonizados. Desde hace unas pocas décadas hay que añadir el análisis de lo social y lo cultural (aunque no abandonemos del todo la solidez que nos da movernos en el rigor de los datos), además del estudio de la recepción y el análisis de la crítica y la hemeroteca. ¿Quién se ha encargado de estudiar el comportamiento de los públicos? No de cuantos ni quienes asistieron a un estreno, no qué obras fueron a escuchar, no quién organizaba el evento, sino qué sintieron, qué experimentaron, cómo escucharon aquella música y cuáles fueron los factores que los llevaron a reaccionar así y no de otro modo, qué les movió a acudir a la performance, a qué clase social pertenecen. Esta tesis no versa sobre el qué ni el dónde, sino al cómo de la escucha.

Para ofrecer respuestas la musicología de hoy no tiene mecanismos. Ya hemos visto que los mejores volúmenes sobre la escucha se han planteado desde otras disciplinas humanas como la filosofía, la sociología, la fenomenología, la etnomusicología o la historia cultural. La estética musical se ha librado porque en su método de análisis de la percepción ha sido incapaz de abandonar por un momento el texto musical para imbuirse en las narraciones de las experiencias sonoras. Se me podrá criticar que el resultado de mi trabajo parezca más un ensayo que una

tesis, pero a mí favor juega el que las mayores aportaciones al mundo de la escucha han tenido muy buena prensa y han sido ampliamente divulgados entre musicólogos. ¿Qué más tiene que pasar para que bajemos de la atalaya y nos pongamos a piso llano? ¿Que tiene que ocurrir para que seamos capaces de entender que desde las alturas se divisan las fronteras de nuestro feudo metodológico, pero desde el suelo esas fronteras tienden a disiparse y a atenuarse?

Se me puede criticar un exceso de fuentes provenientes de ramas de las que no soy especialista, y sin embargo los estudios que de nuevo resultan ser los más enriquecedores para nuestros propósitos, también tuvieron que beber obligatoriamente de fuentes prestadas, de manantios y afluentes que aumentan el caudal de nuestra disciplina. ¿Acaso no es la música un préstamo tomado para el análisis de la cultura? ¿Acaso no toman préstamos musicológicos los filósofos que hablan de música sin tener formación musical alguna? Ante el miedo de invadir espacios vedados, buenas dosis narrativas son dejadas al margen de la musicología, reforzando más tarde nuestras propias investigaciones. ¿No resulta curioso que se nos pueda criticar el descaro de nutrirnos de otras disciplinas cuando al mismo tiempo estamos recomendando lecturas de filósofos, sociólogos, antropólogos o etnomusicólogos que hablan de la música desde enfoques alejados de nuestro punto de vista?

La endogamia de nuestro aparato epistemológico tiende a impedirnos explorar —ya no digo sumergirnos— espacios apenas transitados. Cuando los dogmas impiden una fusión de horizontes epistémicos, las fronteras que delinean (pero también delimitan) nuestro ámbito de estudio, y que son observables desde lo alto de nuestro fortín, siempre ofrecen seguridad y protección contra posibles intrusiones, pero también nos aísla del influjo positivo de redes metodológicas exteriores capaces de permear nuestros altos muros con función defensora.

Se me puede criticar un exceso de ambición al afrontar un ámbito cronológico tan amplio de que comprende doscientos cincuenta años, pero mi intención no ha sido tanto la de explorar circunscripciones temporales y espaciales como la de plantear los retos a los que debemos dar respuesta en el tema sobre la escucha desde nuestra disciplina. He pretendido demostrar que existen seis periodos de escucha, que a su vez podemos reducir a dos grandes paradigmas de escucha. Estos paradigmas atienden a elementos históricos, sociales, culturales y políticos. Mi objetivo ha sido abrir tantas cuestiones como fuese posible, dejando en evidencia la escasez de trabajos, la falta de métodos y el vacío epistémico que adolece el estudio de la escucha. Por eso he planteado un análisis de las clasificaciones de la escucha, proponiendo una sistematización y un método para su estudio. Seguro que faltan factores de análisis y que mis propuestas son muy mejorables, pero estoy conforme si consigo desbrozar un camino poco transitado que permita desplazarnos por el tema de la escucha con un asidero. Soy consciente de mis límites y de

los que la disciplina me impone, pero no por ello cejaré en el empeño de tejer redes interdisciplinarias que nos permitan beber de cuántas fuentes sea posible con el objeto de desgastar dogmas fronterizos, con la misión de intentar resolver lo que a mi juicio son preguntas pertinentes: cómo se escucha la música, cuál es nuestra historia de la percepción y qué factores influyen en los modelos de percepción.

En el empeño por demostrar los paradigmas de escucha tuve que sistematizar las clasificaciones ya existentes sobre la escucha con el objeto de encontrar elementos comunes a todas ellas de las que poder partir. Tras comprobar las diferencias y las similitudes de estas clasificaciones, llegué a la conclusión de que la escucha puede ser analizada desde factores tan dispares como la historia, la estética, la neurociencia, la psicología, los contextos socioculturales y los tecnocientíficos. El principal escollo por solventar fue la ausencia de un método experimental propio y la existencia de una metodología dispersa en una especialidad que todavía no pertenece a ninguna disciplina. Demostrar que existen diferentes maneras de escuchar no es difícil, cualquiera de nosotros lo ha podido experimentar incluso en una misma velada musical, lo complicado es establecer los criterios precisos que permitan clasificar, ordenar y analizar todos esos modos de percepción.

Una vez analizadas las clasificaciones, vistas las similitudes, pude establecer los factores y los criterios de clasificación, resultando cinco categorías en las que poder abarcar cualquiera de los modos de escucha de esas clasificaciones. El factor fisiológico determina la capacidad física del oyente, algo en lo que no entraremos. El factor social delinea, entre otros, los rituales de escucha, la construcción de elementos conducentes a lo que hoy entendemos una escucha atenta, así como la democratización en el acceso a la escucha. Gracias al factor tecnológico podemos analizar la escucha portátil y ubicua, la escucha omnívora, la hiperrealista, y la escucha visual, pues todas ellas, como veremos, no se hubiesen dado sin el desarrollo de determinados avances tecnológicos. Aplicando lo que llamo el factor sintáctico-semántico-estructural podemos estudiar por qué se concede tanta importancia a la percepción de elementos musicales, sus significados y la comprensión de estructuras. Elementos estos que la burguesía del siglo XIX reclamó a través de un tipo de escucha concentrada. Es lícito preguntarse hasta qué punto la estructura de una sonata, póngase por caso, depende de las relaciones internas que edifican las obras, o de la necesidad de repetir fragmentos que con toda probabilidad el oyente no volvería a escuchar nunca más en su vida. Desde el enfoque semántico también podemos analizar algunos de los rituales de escucha decimonónicos y su legado hasta el presente. Por último, el factor que hemos llamado subjetivo-psicológico nos ayuda a entender la escucha desde una perspectiva individual que tiende a recalcar la emoción interna en el oyente. Este enfoque de

análisis individual es más propio de una psicología de la escucha, y sin embargo son muchos los textos que ayudan a describir lo que aparentemente son muestras individuales de experimentación pero que en realidad obedecen a modas estéticas y convenciones sobre las conductas adoptadas frente a la escucha de música.

Una vez establecidos los factores que inciden en la escucha es cuando podemos preguntarnos cómo percibimos la música en la actualidad. Los resultados fueron interesantes, pero, al no disponer de unos modelos de escucha previos con los que poder comparar, la sensación parecía ser la de un relativo vacío epistemológico. Es por ello por lo que creí necesario considerar a qué periodo de la historia le debemos nuestros modos de percepción contemporáneos, y desde qué punto debíamos partir en el marco histórico. La solución pasaba por establecer un recorrido que fuese desde el presente al pasado. Un camino en el que íbamos descubriendo que en los años ochenta del siglo XX se producen importantes fisuras, cuyo proceso había comenzado a mediados de siglo. En ese recorrido hacia el pasado, nos encontramos con los cambios de percepción provocados por las tecnologías de grabación y reproducción a comienzos del siglo XX. También pude comprobar que a finales del siglo XIX ya se había consolidado un modo de escucha estructural y formalista, cuyo proceso había dado comienzo nada menos que sesenta años antes, en torno a 1840. En esa trayectoria temporal inversa comprobé que desde comienzos del siglo XIX hasta alrededor de 1840 se dio un tipo de escucha que llamaremos romántica, caracterizada por el misticismo, la actitud trascendental y emotiva, centrada en el ensimismamiento y la respuesta individual. También he podido observar que en la primera mitad del siglo XIX existieron diversos modos de escucha según la procedencia geográfica europea: no se escuchaba igual en Inglaterra, que en Francia o Alemania durante el mismo periodo. Nos preguntamos por qué esto era así y por qué durante la segunda mitad del siglo XIX se produce una homogenización del gusto. Algo que resuelvo en el capítulo tres. Por último, tuve la necesidad de saber qué ocurrió antes del año 1800 para que esta fecha sea tomada entre los investigadores como el punto de inflexión en la historia y la estética de la escucha de la música. Algo que me llevó a encontrar en la segunda mitad del siglo XVIII los antecedentes de todos estos cambios. De este modo, de la pregunta inicial acerca de cómo escuchamos la música hoy, se puede elaborar una breve historia de la estética de la escucha marcada por varios puntos de inflexión desarrollados a lo largo de esta tesis.

Sin embargo, no pretendo aquí una historia de la escucha al estilo de Thorau y Ziemer. Tampoco tomo el modelo de Bessler centrado en un método de análisis formalista. Lo que he pretendido ha sido analizar la escucha a través de los destellos provenientes de las estructuras sociales, las diferentes estéticas, las ideologías y los cambios políticos, y el empleo de

tecnologías, con el objeto de conocer las diferentes fases o periodos de escucha y los motivos que los generan.

Una vez establecidos los criterios y las fases de escucha estética, intento demostrar cómo desde la década de 1980 se produce un retroceso en la escucha atenta, una escucha esta con casi doscientos años de antigüedad. La digitalización de la música modificó conductas, hábitos y estructuras sociales que conllevaron un estético de las tradicionales formas de percepción. Tres fueron los elementos que lo provocaron, a saber, la digitalización de los contenidos, el empleo de Internet como el medio difusor de estos contenidos, y la compresión del audio y su flujo por la red como acelerador de los procesos de transmisión. Es decir, de qué manera, el desarrollo de la tecnología —y en concreto la digitalización, la compresión del audio y la Internet—, han gestado nuevas aproximaciones a la escucha. Ahora bien, para no caer en el fatal determinismo, todo ello ha sido analizado desde un enfoque no solo tecnológico, sino social y filosófico, con la intención de contextualizar el ambiente dominado por lo que se ha dado en llamar *posmodernidad*. También debo señalar cómo este cambio de paradigma en las nuevas maneras de escucha hunde sus raíces en el desarrollo y la evolución de formas y conductas anteriores, experimentadas a comienzos del siglo XX.

1.5. HIPÓTESIS

Comentarios cotidianos sobre el acto de escuchar y el empleo de términos en el mundo académico tales como “escucha activa” (o proactiva), “escucha distraída” o “el arte de escuchar”, no suelen un fundamento. Los empleamos sin entender qué quieren decir esas expresiones, cuándo nacen, qué tipos de discursos hay detrás de ellas o qué carga estética e ideológica arrastran. Por otro lado, existe un reciente interés en la musicología por tomarse en serio la escucha de la música como rama auxiliar de estudio dentro de la propia historiografía y como parte de la sociológica de la música. Es lo que desde comienzos del siglo XXI se ha dado en llamar el *auditory turn*, *acosutic turn* o *aural turn*. Recordemos que Nicholas Cook, pero sobre todo Christian Thorau y Hansjakob Ziemer abogan por una historia de la escucha desde su definición de cultura, desde el análisis de la tradición estética, desde el estudio de la programación de conciertos y desde la construcción de ideologías en torno a la música.

En un análisis profundo de la escucha de música se puede observar una ausencia de método de estudio. Los investigadores se centran en cuestiones muy diversas con el objeto de hallar una historia de la escucha que intente describir las percepciones y las posturas adoptadas por los oyentes. La programación de conciertos, los libros de etiqueta, las cartas, la crítica periodística o las representaciones gráficas de la música en vivo, son algunas de las fuentes empleadas para el estudio de la escucha. Pues bien, mi principal hipótesis consiste en demostrar que podemos sistematizar el análisis de la escucha de la música aplicando aquellos factores capaces de incidir en la percepción aural. Si hallamos los elementos comunes y compartidos por las distintas culturas y sociedades, tanto en el espacio como en el tiempo, podemos sistematizar y clasificar los modos de escucha, sus paradigmas y los elementos que producen cambios en las formas de percepción. De aquí se deriva que las sociedades se rigen por un complejo entramado que aglutina hábitos, conductas, descubrimientos, inventos, sistemas políticos, estructuras ontológicas de pensamiento, cultura, consumo, etc., que, de un modo u otro, transforman la manera en que percibimos la vida, y, en consecuencia, la manera en la que percibimos el arte. Los modos de percepción no escapan a la fuerza gravitacional que rigen las estructuras sociales.

De la hipótesis inicial, a saber, que podemos sistematizar el análisis de la escucha, podemos llegar a otras ramas del saber relacionadas con la escucha. Si sabemos qué factores influyen en la percepción aural, podemos delimitar los elementos comunes de las diferentes clasificaciones sobre la escucha existentes. Y de aquí, establecer nuestros propios criterios para un análisis serio de la escucha. Es por ello por lo que de la hipótesis inicial podemos seguir planteando una serie de preguntas que, a su vez, nos lleven al planteamiento de nuevas hipótesis. Los investigadores están hallando múltiples formas de escucha a lo largo del tiempo y el espacio. Al

cuándo, cómo y por qué de estos periodos se dan respuestas desde diversas posturas. Pero todas ellas comparten algo. Cada vez que alguien no sigue las convenciones aurales impuestas —sobre todo por las élites económicas, intelectuales, burguesas— ha sido tratado como un mal oyente. Un análisis de las diferentes historias sobre la escucha, los hábitos y las estéticas, me conducen a pensar que siempre han existido dos grandes formas de apreciación, una consciente y otra inconsciente. La segunda hipótesis que intento demostrar es que todos los modos de escucha pueden reducirse en dos grandes paradigmas: la escucha atenta y la escucha distraída.

De esta segunda formulación arrancan otras preguntas. ¿Dónde, cuándo y por qué surgen esos dos grandes paradigmas? Mi última hipótesis consiste en demostrar que desde 1750 hasta el presente se han dado —no sin pocas crisis y fases de desestabilización, según regiones y épocas— dos paradigmas de escucha. Se ha escrito mucho sobre la transformación de la percepción a finales del siglo XVIII y comienzos del XIX. No soy yo quién define el año 1800 como eje de cambio. De esta fecha al presente hemos vivido diferentes periodos en los que se ha alentado la emoción, se alimentado la cognición y entendimiento de las estructuras y formas, y se ha fomentado el silencio reverencial al tiempo que se castigaba el ruido y la dispersión. Ha habido periodos de crisis, como el vivido en la década de 1920 bajo las exigencias impuestas por la «nueva modernidad», los experimentales lenguajes compositivos (dodecafonismo, futurismo, etc.) y las nuevas exigencias de escucha tecnológica (sobre todo la radio). A pesar de las diferentes crisis, el modelo de escucha activo, intenso y consciente ha sobrevivido representado en el “buen oyente”. Mi última hipótesis es que ese paradigma de escucha atenta comienza un declive en la década de 1970 que lo conduce al cambio de paradigma de escucha distraída o desatenta, y del que somos presa en la actualidad. Esta deconstrucción (por emplear el término que algunos posestructuralistas de los sesenta y setenta esgrimieron para describir la exorbitancia del lenguaje y del discurso, la disolución del sujeto y de la historia, la omnipresencia del poder y la disolución de la razón, y el relativismo y disolución de la verdad) alimentó una serie de permutas en una serie de elementos sociales, estéticos, tecnológicos y políticos⁵¹. Dicho de otro modo, una de mis aportaciones es acometer el análisis de la construcción de la escucha atenta desde una mirada amplia que engloba la historia de la música, la sociología, la filosofía y la tecnología, para acabar demostrando que con la llegada de la música digital, —que no por mera casualidad coincide con el nuevo paradigma posmoderno—, se generaron cambios en los modos de percepción tendentes a un nuevo paradigma de escucha distraída y desatenta.

⁵¹ NOGUERA, JOSÉ ANTONIO: “El neoestructuralismo sociológico”, en GINER, SALVADOR (coord.): *Teoría sociológica moderna* (Barcelona, Editorial Planeta, 2011, [2003]), pp. 105-132.

He querido demostrar que inventos como Internet, el MP3 y los programas para la compartición de archivos, provocaron una revolución, ya no sólo en el acceso casi ilimitado a los contenidos, o la aceleración en el proceso democratizador del acceso a la cultura iniciado con los medios de difusión como la radio o el cine a comienzos del siglo XX, sino también recalcar los nuevos modelos de interacción entre individuos y redes de individuos, al amparo de un mundo altamente informatizado. El acceso, su democratización, las redes para la transferencia de información y la fabricación de nuevos aparatos de reproducción del sonido —y en consecuencia de los soportes—, han cambiado las formas de consumo, la mercantilización de productos, la industria y hasta las leyes que regulan los derechos de autor y del *copyright*. Todo ello ha provocado que los oyentes se aproximen a la música de una manera muy diferente a la gestionada con la música analógica. Para no caer en el determinismo tecnológico siempre quise tener presente que todos esos desarrollos se llevaron a cabo dentro de contextos y estructuras sociedades y culturales que dieron lugar a nuevas formas de pensamiento y nuevas formas de ser y estar en el mundo. Consideré necesario intentar trazar un mapa histórico de la escucha de la música que nos trasladara hasta el momento presente para entenderlo como un proceso de continuación. Por eso, resultaba imprescindible comparar los dos extremos que van desde comienzos del siglo XIX al nacimiento del fonógrafo, y de éste a la aparición de la música digital.

La falta de un método de investigación propio en el campo de la musicología podría llevarnos a adoptar una actitud demasiado orientada y prejuiciada, corriendo el riesgo de realizar interpretaciones que cubrieran mis expectativas con indicios ambiguos. Aún así, el reto resultaba tan abrumador que he corrido un riesgo, un riesgo que considero necesario, aunque lo asuma con todas las precauciones que esté en mis manos aplicar al método de trabajo. Tal vez mis hipótesis adquieran un grado excesivo de planteamientos teóricos, y aunque no estemos exentos de responsabilidad dada la ausencia de métodos de estudio propios sobre la escucha, salí al encuentro del psicólogo francés Paul Fraisse (1911-1996), quien afirmaba que la formulación de las hipótesis se apoya, la mayor parte de las veces, sobre un conjunto de observaciones, a menos que no derive de consideraciones teóricas⁵². Como mi intento de objetividad encuentra garantías tanto en la existencia de *objetos* (tecnología) como en el razonamiento que modela las conductas de los *sujetos* y explica sus comportamientos, hábitos y conductas de escucha, mis hipótesis se refieren precisamente a algunas de las características ocultas en esas conductas, o al menos a las conductas que han pasado más inadvertidas en la historiografía de la música hasta tiempos recientes.

⁵² Citado en DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), p. 225.

1.6. ESTRUCTURA DE LA TESIS

La tesis consta de seis capítulos más las conclusiones. En la introducción planteamos la pregunta inicial, ¿cómo escuchamos la música en la era posmoderna? Tras demostrar que hoy le dedicamos más tiempo a la música que en ningún momento de la historia, resulta obvio preguntarse por qué esto es así. Pero para poder dar respuesta al por qué hoy escuchamos tanta música, debíamos teorizar sobre los factores y las condiciones que influyen en la percepción de la música. En el capítulo segundo establecemos la definición de escucha, los factores que inciden en la escucha y analizamos las clasificaciones existentes para poder establecer al final del capítulo los parámetros comunes que nos sirvan de método de estudio para el resto de la tesis, proponiendo un marco teórico propio.

En el capítulo tercero, desde una perspectiva de análisis estructural-funcionalista, viajamos hasta mediados del siglo XVIII con la intención de recuperar los criterios que dieron lugar a la conformación de la escucha atenta. La segunda mitad del capítulo se centra en establecer los primeros pasos en la deconstrucción de la escucha atenta. Una vez que hemos demostrado la herencia del modelo de escucha jerárquico en el que la escucha estructural ocupa la cúspide, nos ocupamos de analizar las consecuencias que la cultura de masas y la música grabada tuvo para la percepción de la música. Veremos que es con la fonografía, la radio y el cine cuando la escucha atenta vive su primera crisis, pero que en el periodo de entreguerras se recupera gracias, y, sobre todo, a los escritos de la Escuela de Frankfurt.

El cambio de rituales en la escucha que supuso el advenimiento de la grabación ocupa el capítulo cuarto. El objetivo es explicar —desde un enfoque que tiende a alejarse de las grandes estructuras para centrarse en un marco cercano al interaccionismo simbólico— cómo los rituales también ayudan a la conformación de determinadas convenciones de escucha. Para ello nos ocupamos de enfrentar, por un lado, tres casos de estudio centrados en los rituales de la música en vivo desde una perspectiva local. Por otro lado, la transformación que supuso la mecanización de la música, su posterior comercialización y la aplicación del concepto Hi-Fi en la construcción de nuevos rituales vinculados al sonido grabado de calidad desde un enfoque macro o global. A pesar del empeño de la Teoría Crítica por diferenciar entre alta y baja cultura, la crisis de la escucha atenta se inicia a comienzos de siglo, justo cuando hace aparición la música grabada. La radio, el *muzak* y el cine primero, y más tarde la radio a transistor y el Walkman, sembraron aproximaciones a la escucha muy diferentes a las de las salas de concierto decimonónicas. Veremos en este capítulo que los rituales asociados a la escucha están cargados de convencionalismos políticos, culturales, de género y económicos. Demostraré que, con la excepción de los primeros fonógrafos y gramófonos, los rituales de escucha de música grabada

siempre han estado sostenidos por un discurso masculino, de raza blanca, perteneciente a la clase media (y media-alta) y de cultura occidental. El capítulo cuatro nos sirve de bisagra para pasar de la escucha en vivo a la música grabada, y para tratar los cambios de rituales asociados a la escucha. También nos sirve para demostrar que a lo largo de todo el siglo XX se produce una descomposición paulatina tanto del concepto como de las prácticas asociadas a la escucha atenta.

El estallido de la música digital en los ochenta aceleró el proceso iniciado por los soportes y los reproductores mecánicos, eléctricos y magnéticos. En el capítulo cinco establezco los parámetros que dieron lugar a la gran crisis de la escucha atenta. Para ello recorro a la fijación que desde la sociología y la filosofía se ha tenido (y se tiene) por la posmodernidad, la globalización, el individualismo y el hedonismo. El análisis de la tecnología desde el prisma social nos dará las claves para entender los cambios en las formas de percepción desde la década de 1980. Algunos de los temas tratados en este capítulo son la individualización de las conductas, la personalización de los contenidos, la cultura del auricular, la progresiva ubicuidad y la omnipresencia de la música, como principales ejes vertebradores de una escucha distraída y ausente.

Uno de los rasgos predominantes de las sociedades desde 1980 hasta el presente son las grandes paradojas. Paradojas que tienen que ver con los usos tecnológicos de esta etapa marcada por la progresiva aceleración socio-tecnológica, por la impecable accesibilidad a los contenidos mediáticos (Rifkin, 2000) en una era plagada de autopistas digitales de la información y la comunicación. Unas autopistas que no sólo redujeron las fronteras espaciotemporales (David Harvey 1989), sino que ayudaron a cubrir el tiempo de ocio ganado al trabajo y las obligaciones, un tiempo que, por otro lado, ha resultado ser superficial y fútil. Un tiempo que es invertido ahora en el esparcimiento de un hiperconsumidor de cultura e información. Un consumo de cultura que relega al consumo de la ostentación propio de los estados del bienestar de las décadas de posguerra, desplazando al consumidor tradicional a una especie felicidad paradójica⁵³. En definitiva, un negocio cimentado sobre el tiempo de ocio de las masas destinado a la cultura.

Entre los principales avances tecnológicos de los últimos cuarenta años distinguimos la digitalización de los contenidos *media*, entre los que se halla la música; la capacidad de distribución de estos contenidos en Internet gracias a la compresión; la eficiencia en el aumento del flujo *on-line* fruto del ancho de banda y los sistemas de transmisión y; el aumento en el acceso a los contenidos de forma masificada. «La digitalización del sonido y su entrada en redes confiere a los textos una capacidad discriminante sin precedentes en el flujo musical», escribe Peter

⁵³ Véase LIPOVETSKY, GILLES: *La felicidad paradójica* (Barcelona, Editorial Anagrama, 2013, [2006]).

Szendy⁵⁴. La banda ancha (vía terrestre o vía satélite), las ciudades nube, las leyes reguladoras de acceso y los archivos de pares (P2P), completan un mapa tecnológico que, junto a otros elementos culturales, sociales, económicos y político-legislativos, ofrecen los ingredientes necesarios para hablar de cambios en los modos de escucha de la música. Además de los desarrollos tecnológicos y las transformaciones en las estructuras sociales y culturales, hay que añadir la aparición de nuevas pautas en la ética del consumo en particular, así como las alteraciones de determinadas áreas vinculadas a lo moral y la filosofía.

El paso de la era analógica a la digital en los años ochenta quedó enmarcada por un contexto de profundos cambios sociales, un fuerte empoderamiento en las estructuras capitalistas de consumo, así como la necesidad de regular los procesos de intercambio de contenidos y de flujos. El fin último de esta regulación no consistió en proteger los derechos de propiedad intelectual ni a los artistas, sino devolver el control a la industria discográfica. Un control que por unos años estuvo en manos de los oyentes informatizados con el manejo de Napster.

Por un lado, resultaba impredecible recuperar el control de la música. Al mismo tiempo, y no menos importante, unas pocas multinacionales consideraron que era necesario desregular el ciberespacio. Se produjo una desnacionalización de los proveedores de internet, que pasaron finalmente a manos privadas imponiendo sus propias reglas al margen de las decisiones estatales. Como no podía ser de otra manera en los primeros años del neoliberalismo, esta desnacionalización de las telecomunicaciones estaría auspiciada por la Organización Mundial del Comercio, que desbrozó la senda para la firma de alianzas entre multinacionales de medios de comunicación. Así es como se arraigan colosales conglomerados mediáticos con extrema capacidad de acción, controlando casi toda la producción informativa, mediática y de ocio de prácticamente todo el mundo. La industria discográfica también recogió sus frutos de esta práctica económica de la fusión y el conglomerado monopólico. Una industria que en menos de quince años (1999-2011) pasó de diez a tres grandes corporaciones con capacidad para controlar más del ochenta por ciento de la producción mundial de música grabada. Por si esto fuera poco, el paso de lo analógico a lo digital coincidió con una ilusionante perspectiva política alimentada por el final de la Guerra Fría y la caída del Muro de Berlín en un intento por oxigenar el enrarecido paisaje que había dejado la Segunda Guerra Mundial.

El último capítulo sigue enfocado en la escucha digital atendiendo a la positiva democratización que supuso internet como tecnología, la democratización en el acceso a los bienes culturales, la unificación del gusto como consecuencia de la globalización, la escucha omnívora

⁵⁴ SZENDY, *Escucha...*, p. 163.

favorecida por el acceso a una biblioteca musical casi infinita, la linealidad y desatención de la escucha en la música popular, el hiperrealismo en las grabaciones y en la escucha en sus dos vertientes transparente y opaca, y, por último, la supremacía de lo visual sobre lo aural como un proceso que se da a lo largo de todo el siglo XX pero que se acentúa en las dos primeras décadas del siglo XXI.

Es indiscutible que en nuestras cuatro últimas décadas se han originado una serie de cambios socio-tecnológicos capaces de transformar el panorama auditivo. Algunas tecnologías vinculadas a la reproducción de música han dado paso a nuevos procedimientos de escucha que han calado muy hondo, como veremos en lo que concierne al Walkman. Pero si nos ocupamos de la escucha en exclusiva desde este punto de vista, incurriríamos en el malogrado determinismo tecnológico. Si lo hacemos desde la musicología disponemos de las herramientas metodológicas que ésta nos ofrece, sobre todo la historia. Pero un estudio de estas características quedaría huérfano sin un enfoque cultural y social.

2. FACTORES INCIDENTALS EN LA ESCUCHA Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN

Al igual que un paisaje, un paisaje sonoro es simultáneamente un entorno físico y una forma de percibir ese entorno; es tanto un mundo como una cultura construida para dar sentido a ese mundo.
(E. Thompson, 2002)¹

¿De dónde proviene el término escuchar? ¿Qué significa y qué entendemos hoy por escucha? ¿Por qué es importante hablar de la escucha en general antes de hablar de la escucha de música? ¿Qué factores pueden incidir en la escucha? ¿Desde qué perspectivas disciplinares se puede abordar el estudio de la escucha? ¿Se puede realizar una clasificación de la escucha? ¿Podemos sistematizarla? ¿Qué rasgos comunes comparten los diferentes intentos de clasificación de la escucha existentes?

2.1. TEORÍA DE LA ESCUCHA. DEFINICIÓN.

La palabra escuchar proviene del latín *auscultare* que significa aplicar la oreja. Se forma con la palabra *auris* (oreja) y un segundo término de etimología discutida que se ha relacionado con la raíz indoeuropea *klei*, inclinarse. Esta raíz dará en latín al verbo *clino*, inclinar, y su compuesto *declinare e inclinare*. Así, *auscultare*, auscultar, significa aplicar la oreja acercándose a algo para oírlo bien. Podríamos pensar en primera instancia que acercarse supone poner interés: quien se acerca a una fuente de sonido es porque tiene intención de escuchar. Si dejamos de lado los problemas fisiológicos del oído, quien desee escuchar debería priorizar el oído sobre el resto de los sentidos.

El español «escuchar» es un infinitivo que expresa una idea verbal de manera abstracta, sin concretar la voz, el modo, el tiempo, aspecto, número ni persona. Sin embargo, en inglés se emplea lo que denominan *continous* y *perfect continous* del verbo «listen» para denota un gerundio (*listening*), es decir, una acción verbal que expresa duración, indistintamente se trate del pasado, el presente o el futuro. Cada vez que los investigadores que emplean el inglés usan la forma «listening» lo hacen para describir la escucha como acción, bien se trate de una acción del pasado, del presente o del futuro. En alemán *hören* etimológicamente significa prestar

¹ THOMPSON, EMILY: *The soundscape of modernity. Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1933* (USA, MIT Press, 2004), p. 1; (*Like a landscape, a soundscape is simultaneously a physical environment and a way of perceiving that environment; it is both a world and culture constructed to make sense of that world*).

atención, y de ella derivan *anhören*, que significa escuchar atentamente y con preocupación, de buena gana, e incluso escuchar las preocupaciones de alguien; y *abhören*, que alude al recitado en voz alta para comprobar si se está escuchando, pero también una escucha en secreto a modo de auscultación con la intención de verificar.

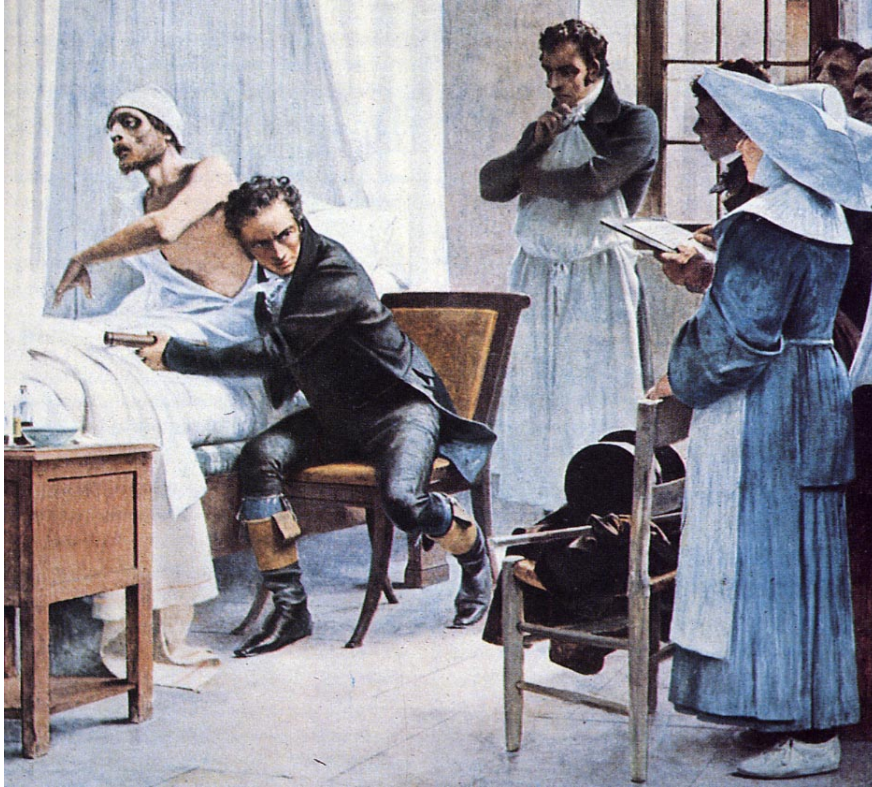
El mismo término auscultar (*ascoltare* en italiano) es un procedimiento clínico que consiste en la exploración física de los médicos mediante la escucha atenta y directa (*clino*: inclinándose hacia) aplicando el oído sobre el paciente, bien directamente sobre el cuerpo, bien aplicando aparatos como el estetoscopio o el fonendoscopio. A su vez, el término “clínico” significa acostarse o reclinarse hacia la cama, procedente de la raíz indoeuropea *klei*.

Hasta comienzos del siglo XIX, el estudio del cuerpo en medicina siempre se hizo a través de la observación visual y de la aplicación directa del oído sobre las partes del cuerpo a explorar. Los diferentes sonidos del cuerpo ofrecían información médica sobre clínicas gástricas, pulmonares o cardiológicas. Aplicar el estetoscopio y el fonendoscopio a comienzos del siglo XIX resultó ser un sistema novedoso que acentuaba el análisis auditivo en la exploración corporal y la auscultación con la mediación de un aparato aplicado sobre el cuerpo². La individualidad, la progresiva autonomía del hombre moderno vino a tomar distancia en la tradicional relación médico-paciente.

Al parecer, el médico Théophile Hyacinthe Laënnec (1781-1826) sufría de una extrema timidez, acentuada cada vez que debía apoyar su oreja en el pecho de las pacientes femeninas para explorarlas. Según se cuenta, al explorar el corazón de una joven paciente que también mostraba una vergüenza desmesurada, enrolló su cuaderno de notas para aplicarlo en forma de tubo sobre el pecho de la paciente, colocando su oreja en el otro extremo. Ese mismo día, el médico francés encomendó la elaboración de un instrumento de madera en forma de cono que pasó a llamarse estetoscopio.

² El estetoscopio fue inventado en Francia por el médico René Théophile Hyacinthe Laënnec (1781-1826) en 1816, exponiendo su funcionamiento y su trabajo en la obra *De l'auscultation médiate ou Teaité de Diagnostic des Maladies des Puomin et du Coeur* publicada en 1819.

Imagen 3: Laënnec auscultando a un paciente en presencia de sus alumnos.



Laënnec à l'hôpital Necker ausculture un phthisique devant ses élèves (1816), pintura de Théobald Chartran (1849-1907), National Library of Medicine, Bethesda, Maryland, EE.UU. En la imagen se puede ver el estetoscopio en la mano izquierda del doctor Laënnec. <https://www.nlm.nih.gov/exhibition/emotions/balance.html> [1-1-2020]

La utilización de remedios tecnológicos para la ayuda de la escucha tiene larga historia. Uno de los primeros dispositivos de los que se tiene conocimiento que intentaban paliar problemas auditivos (sobre todo sorderas), fueron inventados en el siglo XVII por el matemático francés Jean Leurechon (1591-1670). Como veremos más adelante, no es casualidad que desde finales del siglo XVIII y sobre todo en el XIX, surgiera un nuevo paradigma de escucha de música ligado a varios factores entre los que se hallan: la mayor importancia concedida a la música instrumental del siglo XVIII; la ampliación de las plantillas orquestales como consecuencia de ello; y, por ende, la construcción de grandes y modernos auditorios. Todo ello estuvo acompañado por importantes avances científicos en el campo de la acústica. El desarrollo de la medicina, la racionalidad ilustrada, la acústica, la industrialización, la estética de la música, la filosofía kantiana, el surgimiento de las Bellas Artes, la conversión del compositor en genio (P. Kivy, 2001) y de su partitura en el concepto de obra (L. Goehr, 1992), prepararon el terreno a una nueva forma de percepción atenta. La postura idealista de finales del siglo XVIII invitaba al oyente a priorizar el espíritu sobre la materia, la imaginación sobre la razón, algo que ánimo

a adoptar una nueva postura sobre la escucha de música, y más en concreto, sobre la música instrumental. El idealismo —dice Mark Evan Bonds— trasladó la contemplación del oyente desde lo material hasta lo espiritual, desde lo empírico hasta lo ideal³.

Gracias a la timidez de Laënnec, la auscultación en el siglo XIX se realizaría de dos maneras: a la manera tradicional aplicando el oído directamente sobre el cuerpo y mediante aparatos tecnológicamente diseñados a tal efecto. El estetoscopio es un aparato mediador, se sitúa en medio de quien quiere escuchar y la fuente del sonido, en este caso, los sonidos del cuerpo humano. Se trata un mediador en el mismo sentido ontológico que el Walkman, el iPod o el teléfono inteligente. En realidad, se trata de una tecnología de la escucha de mediación mecánica⁴.

Con la teoría darwiniana en la mano podemos afirmar que la escucha es más bien un mecanismo de supervivencia. Sobrevivir o perecer dependía de una escucha atenta. Era necesario aprender a distinguir la procedencia de los sonidos, los tipos de ruidos eran clasificados por la peligrosidad de los predadores y aprender a reconocer un sonido entre varios que suenan al mismo tiempo, suponían la diferencia entre estar vivo o muerto. Se escucha incluso pernocando⁵. Nuestro oído fisiológico se lo debemos a la supervivencia. Es por este motivo por el que el oído no tiene unas membranas como sí lo tienen los ojos. Es por la evolución por lo que el oído humano percibe entre los 20 y los 20.000 hertzios. Durante los últimos 2,5 millones de años el desarrollo social y cultural del oído humano ha evolucionado mucho más rápido que su oído biológico. Nuestra mente escucha la música de hoy con sus viejos oídos biológicos.

No es casualidad que en su ensayo “The Naked Heart”, perteneciente al volumen *The Bourgeois Experience*, el especialista en historia social Peter Gay definiera «el arte de escuchar», como una práctica que surge a partir de la segunda mitad del siglo XVIII. Tampoco es casual que el actual término inglés *listener* provenga de esas mismas fechas, y que arraigara

³ Véase BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014, [2006]), pp. 44-64. Esta idea es discutida por William Weber en su artículo “Did people listen in the 18th century?”: vid. WEBER, WILLIAM: “Did people listen in the 18th century?”, *Early Music*, Nov., 1997, Vol. 25, No. 4, 25th Anniversary Issue; *Listening Practice* (Nov., 1997), pp. 678-691.

⁴ «To revive a term that they themselves first gave wide currency, theirs was an age of "auscultation," not only in the medical sense initiated by the stethoscope (invented by Laennec in 1816) and perfected by the microphone, of amplifying the sounds of the heart, lungs, and other organs in order to identify illnesses more accurately, but also in the sense of careful listening to a world at large—and in flux»; vid. PICKER, JOHN M.: *Victorian soundscapes* (Oxford University Press, 2003), p. 6. Picker emplea a lo largo de su libro las expresiones «careful listening» y «close listening» para referirse a lo que aquí llamamos escucha atenta.

⁵ Según Michel Chion el oído tiene un tipo de evolución relacionada con el lenguaje, algo con lo que no estamos de acuerdo. El habla se mueve entre los 800 Hz y los 4.000 Hz, la franja de frecuencias que mejor percibe el ser humano. Vid CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]). Resulta que los sonidos de la naturaleza que podrían suponer un peligro para la raza humana también se mueve entre esa franja. Vid <https://www.hear-it.org/es/antropologo-la-evolucion-del-oido-sigue-su-curso-> [18(06/2020)]; <https://noticiasdelaciencia.com/art/12661/el-origen-del-sentido-del-oido-en-el-medio-atmosferico> [18(06/2020)]

profundamente durante los siglos XIX y XX, un término que debe ser entendido como una forma de praxis atenta e informada para distinguirlo de otros términos que reflejaban estadios inferiores de escucha como el de los "amateurs" o los "connoisseurs"⁶. Más aún, convertir la escucha en un arte contribuyó, no solo a la construcción discursiva de la especialización auditiva, sino a la elaboración de un cuidadoso discurso con fines sociales y políticos. La asimilación de los conceptos y su significado implícito e ideológico es un proceso que se ha normalizado desde el siglo XIX hasta el punto de que hoy asumimos que un *listener* es un individuo que acude a un evento, y del que se espera una respuesta silente, esmerada y cuidadosa dentro de unos rituales y convenciones comúnmente aceptadas. Stan Godlovitch, por ejemplo, llega a afirmar a finales del siglo XX que para poder hablar de performance es necesaria la implicación de «sounds, agents, works, and listener». Pero un evento en el que al oyente se le exige atención: «In performance, the player's sound sequences take the shape they do in part because attentive listeners are capable of the experiences they have»⁷.

El siglo XIX estará marcado por los nuevos sonidos del ferrocarril, la producción fabril y el crecimiento de las ciudades. No menos importante para la escucha atenta fueron los primeros intentos de desarrollo del micrófono. En concreto, hablamos del fabricante de instrumentos musicales Charles Wheatstone en 1837, y el profesor de música en Kentucky, David Huges en 1878. Con ellos surge un afán por hacer audibles cosas tan insólitas como el caminar de una mosca, el libar de una abeja, el flujo de la sabia recorriendo una planta, o el flujo de la sangre por el torrente sanguíneo y los capilares más finos. Todo ello, el estetoscopio, los ruidos de la Industrialización, el micrófono, el concierto sinfónico, la acústica, etc., sirvieron de abono para una escucha atenta de cualquier tipo de sonido⁸.

Prestar atención, tal cual lo conocemos hoy, significa estar activo, ser consciente de lo que perciben nuestros sentidos. Por eso escuchar corresponde a una acción mental más que fisiológica. La acción fisiológica es autónoma e inconsciente y está significado por el término oír. Escuchar es significar la sensación fisiológica de las ondas sonoras y mecánicas en información con el objeto de entender un lenguaje específico, bien se trate de entender el sonido del corazón, bien del piano de Beethoven. Escuchar es interpretar, tomar partido, mostrar una actitud activa. Una actitud que en el caso de la música puede convertirse en otra actitud estética, contemplativa, emotiva o subjetiva. Escuchar es involucrarse, dejarse interpelar por un emisor y convertir

⁶ THOERAU, CHRISTIAN y HANSJAKOB ZIEMER: *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (New York, Oxford University Press, 2019), p. 3. Dentro de este libro, el concepto "arte de la escucha" es analizado por Wolfgang Gratzner, pp. 461-476.

⁷ GODLOVITCH, STAN: *Musical performance. A philosophical study* (Londres, Routledge, 1998), p. 45

⁸ PICKER, JOHN M.: *Victorian soundscapes* (Oxford University Press, 2003), p. 2

el mensaje en una significatividad, individual o colectiva. Escuchar es el esfuerzo de hacer comprensible un mensaje. Es establecer vínculos, comprometerse conscientemente por descifrar un mensaje que sólo es efectivo mediante la conducta activa. Es una responsabilidad, en el sentido de Peter Szendy. Escuchar es contemplar el sonido. Tiene cierta función semántica. Es escarbar, horadar el sonido, recogerlo hacia dentro de sí. Es hender el aire con nuestro conocimiento. Escuchar es inspirar con los oídos. Escuchar es alimentarse, dice Delalande⁹: «Escuchar es una conducta orientada hacia un objetivo: el oyente espera algo (una satisfacción, un enriquecimiento cualquiera) de este acto de escucha y eso determina en gran parte su estrategia de escucha y la imagen que al final se construye de la música escuchada»¹⁰. Escuchar es un oficio. Pensar y escuchar son las dos caras de una misma moneda¹¹. Escuchar es comprender el mundo, hacerlo tuyo. Comprender exige escuchar, aunque el hecho de escuchar no garantiza la comprensión¹². «Escuchar es aventurarse a abarcar, y sobre todo, decidirse a asumir el pasado, aceptar que toda voz proviene de lo más lejano que hay en nosotros, cuyo principio es *sigé*, 'silencio'»¹³. El oyente es la caja de resonancia en la que el intérprete y el compositor se liberan. «Escuchar es un prestar, un dar, un don»¹⁴. Escuchar es entregarse al otro, un acto de generosidad. «La escucha puede bastarse a sí misma para sanar»¹⁵. Escuchar es un acto de libertad, es una opción. Cada cual es soberano de la decisión de escuchar o no. Escuchar es educar, y aprender a educar. Es tomar al otro, hacerlo tuyo, prestarnos a él, a sus intereses, a sus miedos, sus imágenes internas y sus fantasías. Es necesaria la voluntad de querer aprender en el proceso de la escucha. Por eso requiere un esfuerzo que libere los prejuicios. Y por eso requiere de tiempo. También es necesario abandonar el ego. Escuchar es una virtud que necesita de la ética del compromiso, la seriedad y la cercanía. El paso previo a la escucha es el silencio, un silencio exterior e interior.

⁹ DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), p. 174

¹⁰ *Ibid.*, p. 175.

¹¹ PALACIOS, FERNANDO: *Hablar de escuchar* (Vitoria, Agruparte, 2011), p. 13.

¹² TORRALBA, FRANCESC: *El arte de saber escuchar* (Lleida, Milenio, 2014, [2006]), p. 77.

¹³ ANDRÉS, RAMÓN: *Filosofía y consuelo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2020), p. 30. Este sentido histórico de la escucha atenta es lo que desarrollaremos en el capítulo 4.

¹⁴ HAN, BYUNG-CHUL: *La expulsión de lo distinto* (Barcelona, Herder Editorial, 2017), p. 113. El último capítulo de este libro, titulado “Escuchar” (pp. 113-123) es la manera en que Han resuelve todos los problemas planteados a lo largo del libro. Escuchar es la solución a la sordera que invade la actitud de las sociedades modernas en cuanto al trato que damos al “otro” al “distinto”. Buena parte de las definiciones que Han propone sobre ése escuchar al otro, podrían ser aplicadas a la escucha de música.

¹⁵ *Ibid.*, p. 115.

«Quizá la humildad es una de las claves de la escucha», escribe Antonio Félix Vico Prieto, profesor de la Universidad de Jaén¹⁶. «La humildad es la condición que hace posible la escucha, puesto que escuchar es arriesgarse a descubrir que no estamos en posesión de la verdad». Aunque se refiere Vico Prieto a una necesidad de las sociedades a una escucha del habla del otro en la conversación cotidiana, es una idea que bien podemos extrapolar a la escucha de música. Quien abre su mente a lo que suena, quien baja de la atalaya conferida por el conocimiento del análisis estructural, sintáctico y semántico de la música, quien intenta adoptar la humildad como forma de vida, podrá situarse ante la escucha como un medio de educación, de conocimiento y de expresión estética.

Pero también escuchar es un arte, como dijera Peter Gay. Ahora bien, si la escucha es un arte, debemos reconocer esta deuda con el nacimiento de las Bellas Artes, que tampoco por mera coincidencia surgió junto a la Estética en la segunda mitad del siglo XVIII. En realidad, si aceptamos que la escucha es un arte, también estamos asumiendo que la escucha estética debe aprenderse, refinarse, debe ser practicada como cualquier otro arte. Y afirmar esto, aunque suene a un símil forzado, es asumir que la escucha estética soporta consecuencias políticas, de género y de clase.

No sólo la cultura, en su sentido más amplio, crea nuestras expectativas de escucha, sino que la cultura, en el sentido que Michael Chion confiere a la «prepercepción», es decir, lo que un individuo es capaz de aprender a lo largo de todo su desarrollo vital, también condicionará la manera en que escuchamos:

La percepción, en efecto, es en sus tres cuartas partes una prepercepción. Lo que oímos se inscribe cada vez más, a medida que crecemos y luego envejecemos, en un cuadro ya preparado. Si fuera de otro modo, todo lo que percibimos por los ojos, los oídos, el cuerpo, haría oscilar y tambalearse constantemente el mundo a nuestro alrededor¹⁷.

No sólo es la experiencia en vida lo que definirá la escucha de la música, sino un complejo mapa que agrupa el fondo básico discursivo y descriptivo, sazonado por la tradición, el contexto y la cultura. La anticipación del discurso musical en la escucha es, usando la teoría hermenéutica de Gadamer, una fusión de horizontes entre el pasado y el presente, con capacidades para describir símbolos dotados de sentido. Subjetividad y significado son correlatos históricos,

¹⁶ VICO PRIETO, ANTONIO FÉLIX: “Nadie escucha: música y educación”, *Afluir* (Monográfico extraordinario II), diciembre 2020, pp. 89-102.

¹⁷ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), pp. 48-49

indica Lawrence Kramer¹⁸. Cada símbolo no hace otra cosa que intentar explicar y describir aquella sociedad de la que salió, la sociedad en la que el símbolo fue metaforizado. Las descripciones que hagamos hoy de estas alegorías no son más que una explicación del pasado desde un presente que, además, carga con su propia simbología. He aquí la fusión de una historia de la escucha.

La sinécdoque “soy todo oídos” sustituye a una parte por el todo: todo el cuerpo participa en la escucha cuando se quiere prestar suma atención. Sólo sabe escuchar, afirma Nietzsche «quien tiene oídos detrás de los oídos». Escuchar también es dejarse llevar, abrirse al mundo sonoro, dejarse interpelar. Volver a escuchar, sostiene Peter Szendy es nuestro «deber». Y como tal debe ser consciente. Escuchar es un «imperativo», continúa Szendy; pero un imperativo auto-infligido, agregamos: un imperativo desde dentro de uno¹⁹.

Por lo dicho hasta ahora puede parecer que estamos emitiendo un juicio de la escucha como estatus; sólo escucha bien quien sabe o conoce. Pero también escucha quien es lego, quien desea de la escucha un simple valor emotivo y subjetivado. Escuchar no es sólo comprender sino esforzarse en comprender. Mucho menos suscribimos esa idea que ronda en algunas disciplinas sobre que la escucha atenta está más arraigada en unos estilos de música que en otros. La construcción de paisajes sonoros a través de la escucha de música popular o moderna no implica, a priori, el mismo grado de atención que para la música clásica, por ejemplo. Sin embargo, los elementos que intervienen en la música popular, la tradicional y la clásica son distintas, y sin embargo tienden a ser juzgadas bajo los parámetros del canon de la escucha de la música clásica. Pero no nos anticipemos. El tema sobre la escucha estética está reservado a otro capítulo.

Quien envía un mensaje sonoro, del tipo que sea, hace de la escucha una provocación, una declaración de intenciones que interfiere e interpela al escuchante. Quien emite un mensaje quiere captar la mente y la presencia física, la individualidad y subjetividad de quien oye, lo interpela. Es tal la fuerza de la escucha que puede llegar a atrapar los sentidos y convertir al cuerpo-oyente en esclavo del sonido.

La escucha tiene mucho que ver con la psicología, tanto del emisor como del receptor, a la vez que con la identidad de ambos, con su capital cultural y su capacidad de entender o hacerse entender. La escucha está estrechamente vinculada con el espacio crítico y el contexto en el que

¹⁸ KRAMER, LAWRENCE: “Subjectivity Rampant! Music, hermeneutics, and history” en CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), p. 131.

¹⁹ SZENDY, PETER: *Escucha: una historia del oído melómano* (Barcelona, Paidós, 2003, [2001]), p. 17.

se emite y se recoge el mensaje (texto, música, vídeo, teatro, conversación...). «Eres lo que escuchas», dice uno de los eslóganes de Radio 3²⁰.

¿A escuchar mejor se aprende?

La escucha depende, además, de la fuente del sonido y de las formas de percepción. Es por ello por lo que la neurociencia se centra en el factor fisiológico del oído y su vínculo con los mecanismos emocionales. Es por ello por lo que la psicología se centra en el factor puramente emocional y subjetivo de la escucha.

La actitud mostrada ante la escucha puede cambiar dependiendo de algunos parámetros. Por ejemplo, la tradicional actitud contemplativa corresponde a una construcción histórica proveniente de las clases dominantes, al menos desde la Edad Media. Una dominancia que enfatiza la exclusión de quien no escuche de una determinada manera. En este sentido, Richard Leppert en *The sight of sound* (1993), nos advierte de que la escucha contemplativa es un signo de control y de dominio del mundo. La música, como fenómeno artístico que se desarrolla a través del espacio-tiempo, si es escuchada en actitud contemplativa, detiene obligatoriamente cualquier otra actividad, algo que solo estaba permitido a las clases más favorecidas²¹. Detenerse a escuchar durante un tiempo y en un lugar determinado, excluía a quienes no disponían ni del tiempo ni de los espacios requeridos para la escucha atenta. Hasta la llegada de la música de consumo de masas alrededor de 1920, el tiempo necesario para la escucha de música fue un privilegio para sólo unos pocos. Esta idea puede parecer obvia, o tal vez redundante, si lo entendemos desde nuestra perspectiva moderna de pudiente clase media, pero no lo es desde la perspectiva de clases, desde las diferencias de género patriarcales, ni desde las políticas hegemónicas de periodos anteriores. Esta construcción política e histórica de la escucha no debe hacernos creer que la escucha de música haya dejado de ser en nuestra era posmoderna una fuente de distinción social, un diferenciador de género o un elemento de poder. Lo veremos más adelante.

Nuestra percepción, nuestra estética de la escucha musical cambia conforme lo hace el contexto histórico, cultural, político, económico, tecnológico y social. La escucha es susceptible a los estándares y convenciones sociales de cada época. Así, lo que hoy entendemos por escucha atenta proviene de un legado impuesto por la clase burguesa del siglo XIX, un tipo de escucha en la que la contemplación, la actitud místico-religiosa de la escucha de una música determinada, conllevaba la inmovilidad de un cuerpo sentado en un espacio físico cerrado, a la vez que una demostración pública de autocontrol psicológico y fisiológico. Esta muestra de autocontrol

²⁰ Vid. <https://www.rtve.es/radio/20131128/eres-escuchas/804620.shtml> [18/06/2020]

²¹ STERNE, *The sound studies...*, p. 415.

adquiere un semblante político, económico y social. Las clases más pobres resultaban ser más espontáneas, dicharacheras y alborotadoras. Las convenciones, los consentimientos, acuerdos y conductas se yerguen y se aprenden, se interiorizan gradualmente transmitiéndose de unas generaciones a otras. Nunca se imponen a la fuerza pues no se puede obligar a alguien a escuchar. Pero sí se puede condicionar la actitud a través de mecanismos de control de las modas, la condición social, la imitación o el deseo de igualar el capital económico y cultural de las clases dominantes²².

Esta evolución de la escucha es la que nos ha traído hasta aquí. Si somos capaces de estudiar la evolución de la escucha de los distintos periodos históricos-estéticos ¿cómo podemos analizarla? ¿Qué metodología debemos usar para su estudio? ¿Ha cambiado la escucha con el paso del tiempo? ¿Ha cambiado los modos de escucha el hecho de digitalizar la música? Si esto es cierto, ¿cómo escuchamos la música en la era digital?

No sólo el tiempo histórico ha construido y modificado las convenciones aurales. El espacio físico y cultural, aún tratándose de culturas que comparten el mismo tiempo histórico, muestran diferencias en sus prácticas y sus teorías sobre la escucha. ¿Escucha igual un congoleño que un finlandés? ¿Escucha igual un joven que un adulto de la misma tradición cultural? ¿Se escucha la música clásica de la misma manera que la popular? ¿son diferentes los escuchantes de música clásica y de pop-rock? Para dar respuesta a estas preguntas deberíamos tomar préstamos de otras disciplinas como la antropología, la etnofonía, la acustemología, la etnomusicología e incluso la fenomenología. Algo que escapa a nuestro objeto de estudio pero que consideramos debería estar presente en los estudios sobre la escucha. Aunque acudamos a la historia de la escucha en sus distintas fases estéticas, nuestra pretensión ha sido centrarnos en la escucha occidental de la música clásica y popular de los últimos cuarenta años. Sin embargo, para analizar la situación actual consideramos necesario conocer su recorrido histórico, aunque sea sucintamente, así como su hermenéutica y sus relaciones epistemológicas.

Los trabajos sobre la escucha de música tienden a focalizar su estudio en diversos factores de análisis. La psicología analiza las sensaciones subjetivas de los oyentes y la transformación en los estados de ánimo. La neurociencia se centra en la relación existente entre la escucha de música y las conexiones neuronales (algunas de sus conclusiones tienen que ver con la emoción). La musicología tiende a centrarse en las obras, los compositores y los estudios de recepción, aunque recientemente están viendo la luz trabajos de la teoría crítica que toman caminos epistemológicos poco transitados. La etnomusicología y la sociología se encargan de la

²² *Ibid.*

música como actos de socialización, la construcción de identidades, las características de los grupos etnográficos y tradiciones culturales. Los antropólogos se esfuerzan en comprender al ser humano en cuanto a la relación de sus características físicas con la cultura y el entorno.

En perspectiva, la etnomusicología y la sociología son las mejores fuentes de trabajo para nuestros objetivos, y aunque en muchos casos el límite entre ellas no esté claramente definido creemos que su mezcla puede resultar enriquecedora. Si nuestro propósito es entender qué lugar ocupa el individuo social en los modos de escucha de la era moderna, ambas disciplinas ofrecen interesantes respuestas al cómo escuchan los públicos.

Otro modelo de análisis que aquí planteamos tiene que ver obligatoriamente con las consecuencias directas y más importantes de la aparición de nuevos aparatos (medios) de reproducción y nuevos soportes de almacenamiento, y la relación de éstos con sus usos dentro de contextos sociales amplios. Nos centraremos en los modos de mediación en la historia de la tecnología digital aplicada a la escucha de música desde una visión social y musicológica. El oyente posmoderno es un individuo psicologizado que escucha música individualmente, en aparatos que permiten la absoluta portabilidad de una música cada vez más ubicua e increíblemente accesible, atomizada y democratizada. Como consecuencia de la individualización y la inmensa oferta, ha brotado un oyente omnívoro y tecnologizado que posiblemente tienda a la distracción.

Desde la aparición del fonógrafo a finales del siglo XIX hasta nuestros días, la tecnología ha desempeñado un importante papel mediador, modulador y transformador que ha establecido diferentes maneras de explorar la música para con el individuo en lo social. Puede que la tecnología haya sido un factor importante para ello, pero no exclusivo o determinante, y consideramos más relevante el uso que de la tecnología hacen las sociedades. Asumimos, entonces, nuestra huida del llamado determinismo tecnológico sin dejar de ser conscientes de la importancia que adquiere la tecnología.

Así, podemos afirmar que escuchar puede significar muchas cosas al mismo tiempo dependiendo del enfoque disciplinar con el que afrontamos su estudio. Escuchar es un arte, una sensación fenoménica, un estímulo, pero también nuestra respuesta al entorno social. Escuchar es reconocer una cultura, abrirse al mundo y un acto de humildad. Podemos partir de la definición de escucha que dan Thorau y Ziemer como el conjunto de aquellas experiencias entendidas en base a reacciones cognitivas o emocionales que se originan en un complejo sistema de ideas y comportamientos que definen lo que significa la música, a qué propósito sirve y cómo se percibe²³. Por tanto, escuchar forma parte de una conducta ordenada por una serie de valores

²³ THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 21

(muchas veces simbólicos) que impregna la práctica social del individuo que participa, de una manera más o menos activa, en la percepción de la música. Que podamos adoptar una u otra conducta obedece a un conjunto de parámetros que conforman la manera en que se percibe la música. En ese conjunto de valores se hayan factores de orden social, cultural, espacial (ecología o paisaje sonoro), tecnológico e histórico que ofrecen el contexto de pensamiento y conducta a adoptar en cada lugar y tiempo. Por eso no partimos de cero en nuestras percepciones de escucha, pues, al ser seres sociales, la carga histórica y cultural definirán nuestros patrones y roles. Esos patrones pueden ser objetivados o subjetivados. Los objetivados nos vienen dados por el contexto en el que vivimos; los subjetivados son adaptaciones individuales de los patrones objetivados mediante las necesidades, inquietudes y personalidades. Ahora bien, la carga objetiva supera con creces las características subjetivas, ya que nuestras conductas forman parte de los procesos de socialización, enculturación y aculturación. Con todo, si bien no podemos categorizar y definir la escucha con precisión, sí podemos investigar los factores que influyen en esos patrones de percepción musical. A ello nos dedicamos en el siguiente apartado.

2.2. FACTORES INCIDENTALS EN LA ESCUCHA

"[...] el entrenamiento del oído constituye el medio esencial para mantener la identidad de una cultura musical".
(Nicholas Cook 1990, 222)²⁴

"Existe una forma de pensar que estriba en mirar y en escuchar. Contemplación y audición en vigilia".
(Ramón Andrés 2020, 565)²⁵

El estudio de la escucha de música puede ser abordada desde distintas perspectivas. Si pudiésemos preguntar a Aristóteles nos diría que son los modos los que provocan o moderan las pasiones. Si habláramos con Hegel nos diría que debemos buscar en el espíritu y en la experiencia concebida como totalidad y transformadora del saber. Si pudiéramos hablar con Bourdieu nos diría que la escucha depende del capital cultural; Husserl nos hablaría de la música como un fenómeno que nos conduce a la epojé para poner entre paréntesis todo el mundo subjetivo. Hanna Arendt nos diría que buscáramos en la condición humana y Esteve Jobs, Donald Mackenzie y Judy Wajcman en la tecnología. Adorno en la estructura y Peter Burke que ahondáramos en la cultura. Si preguntamos a los musicólogos de hoy, unos nos dirán que busquemos en las obras, otros en las vidas de los autores, algunos en la recepción de las obras según determinados límites geográficos o culturales, otros que en la cultura se halla la respuesta, los más audaces nos hablarán del paisaje sonoro o de la ecología del sonido, y los más arriesgados hablarán de historia, cultura, física, sociedad, política y filosofía.

Algunos de los factores más destacables que hemos podido recabar tras el análisis de nuestras lecturas son el contexto (social, cultural, histórico), el espacio físico en donde se realiza la escucha (paisaje sonoro, ecología del sonido, etc.), las capacidades fisiológicas del oyente, el factor psicológico, la calidad del sonido (sala, auditorio, aparato de reproducción etc.), el factor tecnológico y el volumen. Cada uno de estos factores obedecen a sistemas que conducen a una escucha condicionada y con unas características concretas. Factores como la cultura o la histórica pueden ser considerados factores holísticos. Atender a los tipos de relaciones y los fenómenos estructurales, al sujeto no como constituyente sino constituido de esa estructura holística, así como a las síntesis sociales, decantaría la teoría de la escucha hacia un postulado sistémico estructural. Por el contrario, abordar factores como la psique, el fenómeno de la escucha desde su perspectiva etnometodológica y microsocia, en suma, el análisis de la experiencia

²⁴ Citado en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 201; (*[...] ear training forms the basic means by which the identity of a musical culture is maintained*)

²⁵ ANDRÉS, RAMÓN: *Filosofía y consuelo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2020), p. 565.

individualizada de la escucha adquiere tintes fenoménicos y psicológicos cuyo objeto de estudio se centra más en la conciencia, la experiencia y el individuo, a la vez que se aleja del análisis de las estructuras sociales con un alcance mayormente empírico. También es importante señalar que cada uno de los factores que vamos a analizar no funcionan aisladamente, sino que a veces unos son absorbidos por otros, en otras ocasiones se dan varios factores a la vez, otras veces interaccionan, se complementan o se anulan.

El principal problema a la hora de intentar establecer algunos criterios para el análisis y una posible sistematización de los modos de escucha es la aplicación del método experimental llevado a cabo, que en algunas de las ciencias humanas supone un duro escollo, al menos cuando es comparada con las ciencias que obedecen al plan preciso de la observación, la formulación de hipótesis, la experimentación y la demostración. Demostrar que existen diferentes medios de aproximación al estudio de la escucha no es difícil, lo complicado es verificar la consecución de cualquier hipótesis planteada como consecuencia de la ausencia de un marco teórico y un método de estudio. Es por ello por lo que nuestro método obedece a una miscelánea, un corpus teórico amplio procedente de un enfoque interdisciplinar que se nutre de la musicología, la sociología, la filosofía y la tecnología. A priori podría parecer que la suma variable de estas disciplinas nos haya dado como resultado una mixtura metodológica caracterizada por un rigor difuso y enmarañado, sin embargo, es precisamente la falta de ese método propio por parte de la musicología a la hora de abordar el estudio de la escucha de música lo que nos ha obligado a recurrir a otras disciplinas.

En este capítulo nos vamos a centrar en la neurociencia, la psicología, el espacio físico, la tecnología y las sociedades como factores que inciden en los modos de escucha de la música. También lo son la historia, el conocimiento, la cultura, la política y hasta la economía, elementos que aparecerán en el argumentario de lo que resta de tesis, pero a los que nos les hemos dedicado un espacio propio. Así, también podríamos hablar de que existe un factor que atiende a la sintaxis, la semántica y/o la estructura de la música y que nos viene dado por la cultura, la historia, los rituales y la estética. O que el factor que más adelante llamamos subjetivo-psicológico-emocional proviene del análisis psicológico e individual de la experiencia del individuo ante la escucha. Sirva el siguiente ejemplo: la *Heroica* de Beethoven no sonó ni se entendió igual en su estreno que hoy en día; no se escucha igual en un auditorio moderno que viajando en el metro dirección al trabajo; no se percibe igual bajo un estado anímico eufórico que sumido en la tristeza ni se escucha igual en una radio de los años sesenta que en un equipo de alta fidelidad moderno; tampoco se percibe igual a un volumen alto que a uno bajo ni se entiende

igual en Sri Lanka que en Alemania. Tampoco lo percibe igual un occidental con un grado en humanidades que un camionero ni un camionero japonés que uno italiano.

El factor tecnológico merece una explicación ya que en el estudio de la música grabada se suele cometer el error de dividir la historia fonográfica entre el antes y el después de Edison. Coincidimos con la visión de Simon Frith cuando afirma que: «la tecnología musical describe siempre medios sonoros de producción tanto como de reproducción». Frith explica que la interpretación no debe ser considerada más importante que el medio utilizado para grabar, no más que las operaciones (manipulaciones) y las decisiones de los ingenieros de sonido, no más que el soporte en el que se decide comercializar. No menos importante son las decisiones del público: «La tecnología es un medio de comunicación, y lo que la gente quiere decir tiene sus propios efectos sobre los medios de decirlo que tiene», asume Frith²⁶. En este sentido, Frith parece sucumbir a la idea de Marshall McLuhan acerca de que «el medio es el mensaje», con la que venía a decir que el medio usado en el mensaje ofrece tanta y tan valiosa información sobre los procesos, que puede llegar a sustituir perfectamente el estudio del mensaje, o al menos ocupar el mismo nivel. Cada acción por parte del intérprete, cada decisión del productor, el director o el ingeniero de sonido en una grabación, son igual de importantes que el soporte usado para la escucha, el aparato de reproducción o los usos que de ellos hagan los individuos. Dicho en palabras de Michel Chion: «la fijación, por las copias y transferencias que permite, acompañada de las operaciones de modelaje de la señal [...], se convierte en un procedimiento de creación de punta a cabo»²⁷.

La música grabada ofrecía por primera vez un registro sonoro que desgarraba la tradicional relación espacio-tiempo entre el intérprete y el oyente. Dada la histórica relación entre ambos, un error muy común consistió en tomar la grabación como un producto que debía imitar a la música en vivo, en lugar de tomarlo como un objeto musical sonoro que abría nuevos paradigmas de escucha y que debía ser considerado un producto cultural autónomo, artísticamente hablando. Comercialmente sí se procuró muy pronto esa separación, vislumbrando nuevos mercados de venta de reproductores y soportes. Pero artísticamente, la grabación quedó supeditada a esa relación tradicional entre el intérprete y el oyente. El prejuicio comparativo sigue vigente, por lo que deberíamos reclamar un enfoque epistemológico que atienda a esta idea de autonomía de la grabación, sobre todo entendida como un medio que ayude a abordar el estudio de la escucha.

²⁶ FRITH, SIMON: *Ritos de la interpretación*.....p, 98. Véase el capítulo sobre los medios de comunicación y los soportes.

²⁷ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 168.

A pesar de nuestra insistencia en la huida de un determinismo tecnológico empujados por el amplio orden social-cultural-político, debemos asumir que la tecnología es un factor que delinea con precisión gran parte de nuestros comportamientos aurales. No sería posible la escucha portátil (y todo lo que implica en los modos de interacción social o individual), por ejemplo, si no se hubiese inventado el gramófono portátil, el transistor, el microprocesador, el Walkman o el iPod. O si Akio Morita no hubiese determinado crear consciente y deliberadamente una cultura del auricular en torno al gran invento del Walkman en los años ochenta, tal vez los teléfonos móviles no traerían ahora una salida de auriculares. Podríamos seguir especulando que, sin los auriculares tal vez se hubiese frenado la deriva hacia el cambio de paradigma en la construcción moderna de mundos subjetivados urbanos (Michael Bull: 2006, 2007), la individualización de las instituciones (Lipovetsky: 2002), o se hubiese visto frenada la expansión de la individualización hedonista y deshumanizada (Bauman 2013) o la hiperpersonalización de las experiencias (J.Rifkin: 2000) y los contenidos (Ed Finn: 2018). Queremos decir que la tecnología puede ayudar a provocar, generar y transformar la sociedad, aunque por sí misma no tenga el poder suficiente para hacerlo: será la conjunción de varios factores lo que provoque la auténtica transformación.

Hoy en día existen tres posturas que han desencadenado un debate sobre la tecnología. Por un lado, el determinismo tecnológico que «ve la tecnología como un destino». Es la propia tecnología la que dicta «si y de qué manera se va a aplicar». En una postura contraria encontramos lo que Ulrich Beck llama el «reduccionismo social» en el que se encuentran quienes defienden que «son los usuarios los que deciden si y de qué manera se aplicará la tecnología». Para éstos, las influencias culturales, las normas sociales y los intereses personales son los que desempeñan el papel que determinará las prácticas y los usos de la tecnología. Por último, más recientemente existe la postura de quienes piensan que hay que centrarse en «la relación entre los requisitos culturales de la tecnología y en lo que ésta ofrece». La tecnología debe entenderse entonces como un «proceso en espiral» ya que «parece a la vez producto e instrumento de las necesidades, los intereses y los conflictos sociales. La tecnología es efecto y causa al mismo tiempo»²⁸.

Nuestra línea discursiva nos prohíbe estar de acuerdo con algunos de los argumentos de la antropóloga Marilyn Strathern (1996), para quien no deberíamos dar por supuesto que la tecnología nos permite hacer más cosas o que no deberíamos terminar cristalizando en la

²⁸ BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. (Barcelona, Paidós, 2016, 2002), p. 247.

hipostatización de la tecnología como habilitadora²⁹. Es evidente que la tecnología ha permitido hacer más cosas y en menos tiempo, acelerando los ritmos de vida y ampliando los espacios para el ocio, estableciendo una serie de redes para la interacción y el intercambio de información y comunicación, a la vez que ha estrechado, difuminado o eliminado las tradicionales relaciones espacio-temporales, ha gestado inéditos procesos de transculturación, interculturación y aculturación, ha alterado la manera de entender el mundo y de interactuar con él, y ha habilitado nuevas perspectivas de documentación, almacenamiento y manejo de información de fuentes históricas, científicas, sociales y artísticas. Tal vez no debemos hipostatizar la tecnología y entenderla como un factor determinista, pero sí debemos entenderla como un factor determinante, o al menos poderosamente influyente.

Incluso Platón llegó a temer que la interacción de las sociedades con la tecnología de la palabra escrita «no sólo cambiaría el medio del pensamiento, esparciéndolo por papeles externos, pergaminos y otras superficies, sino que también cambiaría el modo de pensamiento»³⁰. Sus temores dejarían de ser con el tiempo una visión distópica al darnos cuenta que la «tecnología de la palabra escrita» cambiaría la historia para siempre. Una inquietud similar transmitió la imprenta de Gutenberg desde mediados del siglo XV ante la copia y la reproducción de textos a gran escala. O los caminos abiertos a la comunicación del telégrafo y el teléfono en los procesos industrializadores del siglo XIX. La misma sospecha y desconfianza que recae ahora sobre algunos avances tecnológicos de los últimos cuarenta años en el uso de internet, el algoritmo, la automatización de los procesos de producción, la genética, la modificación de las estructuras del ADN, la vigilancia líquida, etc.

Volviendo a la tecnología de la música, hay que afirmar rotundamente que la música grabada es mediada por definición. En la música grabada siempre se da un tipo de mediación cuyos mediadores serán todos aquellos desarrollos tecnológicos aplicados a la grabación, a la distribución y a la reproducción-escucha. También forman parte de estos procesos mediadores aquellas decisiones tomadas en cuanto al repertorio (¿por qué grabar unas cosas dejando a otras de lado?), el sonido (¿grabar con mayor eco o reverberación o con un sonido más seco?, ¿con o sin efectos?, ¿buscar acústicas “naturales” o sonidos artificiales?, etc.), los soportes (grabar pensando en la portabilidad o por el contrario en la escucha doméstica o el coche, grabar pensando para un soporte determinado, etc.), las estrategias comerciales (a quién se dirige la grabación y cómo se va a distribuir), el lugar y los procesos de grabación (prestigio de unos sellos

²⁹ Vid. STRATHERN, MARILYN: *Partial connections* (Nueva York, AltaMira, 1996).

³⁰ Citado en FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* (Barcelona, Alpha Decay, 2018), p. 77

sobre otros, decisiones tomadas en la grabación, etc.). El oyente y la escucha de música grabada son susceptibles y objeto de cualquiera de estos tipos de mediación y, por tanto, susceptibles a las decisiones tomadas en cada uno de los procesos.

La mediación, en suma, construye mundos sonoros que deben ser analizados al margen de las actividades no mediadas y dentro de los espacios de socialización y psicologización del individuo en los que el medio sí que es el mensaje. Dicho de otra manera, ya es hora de que la música grabada se analice en sus propios términos al margen de su comparación con la música en directo. Por tanto, una vez asumamos que la tecnología por sí misma no determina los nuevos paradigmas de socialización, debemos ser conscientes de que muchas de las formas aurales no se hubieran podido dar sin ellas, o tal vez se hubiesen dado de una manera muy diferente a como las conocemos.

Así, como bien advierte Jonathan Sterne al hablar sobre la alta definición del sonido en su libro *The audible past*, la tesis actual sobre la mediación requiere que creamos en su opuesto, no una vez sino dos veces³¹. Veamos qué quiere decir esto. Su primer opuesto porque la grabación siempre ha planteado la realidad del sonido no mediado y el segundo porque una vez conseguida tal mediación se propone su desaparición, pues intenta imitar la realidad al punto que desea —y lo consigue en muchos casos— llegar a sustituirla. El producto final, la grabación, produce entonces una simulación casi perfecta de la pretendida realidad por lo que tiende a borrarse a sí misma. Esta doble exclusión es más notable en el caso de la música clásica ya que la mediación procura ser lo más meliflua posible al tomar la sala de conciertos como el auténtico carácter que debe tener la música. En palabras de Michel Chion:

El término 'fijado', como se comprendió, insiste en los efectos positivos y específicos del fenómeno, e invita a no tomar un sonido fijado solamente como una huella, por definición incompleta, de algo desaparecido, lo que es seguramente el caso de las grabaciones de representaciones de óperas, de grandes voces, pero no para formas de creación como el cine sonoro, el arte radiofónico o la música concreta, las que descansan en la fonofijación misma. Así como por otra parte con muchas grabaciones de rock, de electro, de pop y de jazz, concebidas *para y sobre* el soporte

Más radicalmente, la fijación recreó el sonido convirtiéndolo en un objeto repetible, específico, nuevo, observable, al mismo tiempo que totalmente distinto del acontecimiento captado. Ahora bien, esta revolución sigue siendo ocultada por el mantenimiento de las nociones de

³¹ STERNE, *The audible past*...pp. 282-286.

grabación y de 'fidelidad', así como por la asimilación de la grabación a una simple modalidad de transmisión del sonido en 'diferido'³².

Esta simulación de la experiencia de las salas de concierto es lo que se pretendió en los inicios de la grabación y se persigue en la actualidad, sobre todo en el entorno de la música clásica. Crear un *simulacro de lo real* (Baudrillard), un simulacro sonoro musical de una pseudo-realidad tomada como modelo para luego desentendernos de que realmente se trata de una mediación, de una mediación que incluso puede superar la realidad, ofreciendo un producto cercano a la *hiperrealidad*³³. El razonamiento, explica Jonathan Sterne, basado en construcciones de mediación o en teorías de la correspondencia sobre la representación-razonamiento que da por sentado un cierto tipo de relación entre el original y la copia, no sólo da lugar a una pérdida inevitable al pasar de uno a otro, sino que también, irónicamente, postula la mediación sólo con la esperanza de que más tarde desaparezca, dando lugar a una copia perfecta.

Bajo este prisma, la música grabada siempre ha tendido a ser comparada con un cuadro o una escultura, pero no con un libro. Veamos. El cuadro y la escultura parten de un valor simbólico que se desprende de su carácter de originalidad, autenticidad y unicidad. Un valor simbólico puesto que la obra de arte es considerada "auténtica" en el sentido de único e irrepetible. Las copias del original no son más que simples imitaciones de menor interés y nulo valor simbólico. Por el contrario, los libros, a no ser que se trate de ediciones antiguas, manuscritos, incunables, etc., no se diferencian por su valor simbólico, ni como original ni como copia; todas las reproducciones son copias de un original, un original que no interesa como tal. ¿Cuál es el original simbólico de *Pape Satàn Allepe*, libro póstumo de Umberto Eco? ¿El formato con la extensión "docx", con la extensión "pdf", "txt", o el primer ejemplar impreso en papel para enviar a la editorial? ¿O tal vez su valor simbólico resida en que se trata de un libro póstumo?

La grabación, en este sentido, ¿representa la imagen de una interpretación única cuyo valor simbólico le viene dado por la autenticidad y la originalidad como un hecho irrepetible y único? Puede que en la literatura tenga algo de valor ese primer impreso físico por nimio que sea, pero en los soportes grabados casi nadie muestra ningún interés por saber cuál es el máster del que

³² CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), pp. 168-169. Chion está a favor de sustituir el término grabación por el de fijación. La grabación "pone el acento en la causa, el origen, el momento en que habría tenido lugar en el aire tal sonido cuyo soporte no nos daría más que una huella incompleta y engañosa". Por su parte, el término fijación "por el contrario, aplicada a la misma técnica, ese acento es desplazado sobre el hecho de que se constituye un trazo, un dibujo, un objeto que existe en sí mismo. 'Fijado' afirma que lo que cuenta, la única realidad en adelante, es la huella sonora, la que no es ya una huella, sino un verdadero objeto estabilizado en sus menores características sensibles, incluidas las más fugitivas, justamente aquellas que no se pueden controlar sino por la fijación", p. 169.

³³ BAUDRILLARD, JEAN: *Cultura y simulacro* (Barcelona, Kairós, 2016, [1973]).

parten todas las copias, lo que interesa conocer es qué momento de la realidad pretende simular. Incluso más que el momento y el contexto de la interpretación, interesa la propia ejecución de la obra que es captada. He aquí la trampa. La función del máster no es almacenar la grabación original de una obra como si de un museo sonoro se tratase, ni de plasmar la supuesta realidad de una interpretación, sino de servir para la copia mecánica y su distribución, es decir, la repetitividad de la supuesta “autenticidad” de la interpretación como algo único y original, como algo simbólico.

Para Michel Chion, «el momento de la escucha» de una grabación no tiene la misma importancia que la escucha en vivo, ya que «lo que se deposita en la memoria» no es un «acontecimiento», sino un «objeto» que «no está ligado a un momento particular»³⁴. Incluso puede que el oyente disminuya su atención hacia una grabación a medida que discurren las nuevas audiciones³⁵. Se «pre-oye» lo que va a pasar y se deja de escuchar. Chion defiende que la escucha repetitiva debe refrescarse si se quiere obtener algo nuevo de la escucha. Vemos en Chion este valor simbólico adjudicado a la música en vivo y denegado a la música grabada al identificar a la música contenida con el soporte como un objeto, al igualar el contenido con el continente.

La teoría de la mediación va más allá en cuanto a la idea de original para con la música grabada, pues no toma el objeto-símbolo (máster) como original, sino que lo sustituye por la interpretación simbólica, por la ejecución de una obra y del aura (W. Benjamin) que ésta representa. El aura o el valor simbólico puede acentuarse cuando se trata de interpretaciones de conciertos en vivo, *in situ*, ya que mantiene en alza su apariencia de autenticidad; en contra de lo que ocurre en un estudio de grabación y su posterior edición y producción en masa que es susceptible de repetición, modificación, corta-pegar, etc. Se suele sobreentender que la grabación en vivo es la captación de un momento único a diferencia de la grabación de estudio, en donde las alternativas que modifican la estructura temporal permiten una especie de juego simulado. Parar el discurso “natural”, manipularlo, cortar aquí y pegar allí, rompe el discurso temporal naturalizado de la música como arte que se desarrolla en el tiempo. Se suele dar por hecho que grabar un concierto en vivo supone un grado de autenticidad y un grado simbólico que no lo tiene la grabación de estudio, una idea que hemos heredado del concierto decimonónico.

³⁴ CHION, *El sonido...*, p. 252. Esta misma idea ya aparece en las teorías del sociólogo y filósofo austriaco Alfred Schutz. Dichas teorías son de aplicación al análisis social y proceden a su vez de la fenomenología de Edmund Husserl. Una de las ideas que recalca Schutz es que «la memoria no conserva la experiencia, sino un símbolo de la experiencia»; véase MARTÍN ALGARRA, MANUEL: *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología del Alfred Schutz* (Barañáin, Ediciones Universidad de Navarra, 1993), pp. 37-46.

³⁵ *Ibid.*

El problema entre lo auténtico y lo inauténtico, lo real o lo simulado, lo simbólico frente a lo superfluo radica en el carácter ontológico de la propia comparación. Pienso que no tiene sentido comparar la música mediada con la no mediada, ni la música en vivo con la grabada. Son dos hechos diferentes que deben tratarse de manera individual como hechos ontológicos separados. La música grabada debe ser analizada en sus propios términos si necesidad de tener que ser constantemente confrontada con la música en vivo ni con los conceptos de auténtico, original y copia. No se trata de la representación museística de un evento determinado que pueda ser tomado como auténtico u original, sino que puede y debe ser entendida como una obra de arte en sí misma, al margen de su reproducción mecánica, al margen de cualquier comparación indeseable. «Listening to records and radio at home or watching on TV or video is an event of a different kind, with its own meanings, and is not a mere surrogate concert», afirma Christopher Small en *Musicking*³⁶. Los participantes, sigue Small, son libres de crear su propio espacio sonoro, su propio ambiente, y, por consiguiente, su propio ritual. Puede centrarse en los sonidos grabados de una manera que no es posible en el espacio altamente mediado de la sala de conciertos. (Aunque acto seguido, concluye Small no estar de acuerdo con aquellos que afirman oír mejor el sonido de las grabaciones que en la sala de conciertos)³⁷.

Cuando se decide grabar una interpretación no se vende el máster original como si de un Picasso se tratara. Pongamos por caso la grabación de la *Novena* de Beethoven en el Festpielhaus de Bayreuth del año 1951 por Furtwängler. Según los criterios de original y copia, si sólo se vendiese el máster como un objeto altamente simbólico, el soporte sí podría ser tomado como una obra auténtica y original. Al no existir copias idénticas, el valor simbólico del soporte aumentaría como objeto irreplicable; esto no quiere decir que no lo tenga, pero no en el sentido museístico conferido a un cuadro o una escultura. Al producir copias exactas al original, el máster pierde su valor simbólico buscando la autenticidad, originalidad y unicidad en otros lugares, como ya hemos dicho, sobre todo en la interpretación. O más que la interpretación en la captación de una interpretación como un momento único y con unos intérpretes únicos. El valor simbólico de una grabación se construye así en base al valor histórico de un momento, un espacio y unos intérpretes determinados y “únicos”.

³⁶ SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 76

³⁷ *Ibid.* [The participants are in fact free to create their own sonic space, their own ambience, and thus their own ritual, centered on the recorded sounds, in a way that is not possible in the highly mediated space of the concert hall].

Jonathan Sterne alude a que «La división conceptual entre original y copia fue en sí misma un proyecto ideológico, una solución a un problema cultural»³⁸. Un nuevo problema cultural como consecuencia del surgimiento de la fonografía. Debemos entender que, sin quererlo, la música grabada, en su labor de búsqueda de la originalidad y la fidelidad a las interpretaciones en vivo, estaba captando en realidad un simulacro, una reconstrucción de lo que se podía oír en las salas de conciertos y los teatros de ópera. Estaban creando un nuevo tipo de arte musical *per se*, con sus propias características, al margen de la existencia de una música en vivo a la que imitar y al margen de la construcción simbólica e ideológica de su carácter de original y auténtico.

A este «problema» que Sterne llama «teoría de la mediación», hay que añadir otro. En cuanto a las distintas perspectivas (musicología, tecnología, psicología, estudios de recepción, etc.) sobre el estudio de la cultura y la historia del sonido existe «una vasta literatura sobre la historia y la filosofía del sonido; sin embargo, permanece conceptualmente fragmentada»³⁹. El difícil reto al que nos enfrentamos consiste en aislar el sonido de su contexto meramente empírico y ponerlo en relación con los «grandes proyectos de las ciencias humanas»⁴⁰.

En definitiva, debemos crear un marco epistemológico propio dedicado a la música grabada que aúna distintos enfoques analíticos. El enfoque que nosotros queremos acometer en esta tesis obedece a un marco conceptual cercano a la filosofía analítica de la música cuyos esfuerzos se centran en la escucha como práctica social. Puede que el reto sea difícil. Aunque ya ha habido intentos exitosos, con los que estamos en deuda, sobre el estudio de la escucha de comienzos del siglo XX (J. Sterne y E. Thompson), algunos casos concretos de análisis de la escucha tecnológica (Bull), y otros ejemplos de la escucha histórica (Thorau y Ziemer) nosotros nos hemos planteado profundizar en una sistematización sobre los modos de escucha.

Acudiremos a la neurociencia y la psicología acústica sólo de manera tangencial e introductoria y nos centraremos en los factores físicos del oyente, los tecnológicos y los sociales. Haremos hincapié en que ninguno de estos factores actúa de manera estanca, sino que forman parte de un conjunto de redes de interacción en las que las modas, los hábitos, el consumo, los rituales y la cultura, asumen su importancia. Sirva como ejemplo que la invención de los auriculares trajo consecuencias tanto en la ocupación del espacio físico, como en los cambios sociales que, coadyuvados por otros factores como el consumo y la moda, terminaron delineando nuestros

³⁸ STERNE, *The audible past...*pp. 282-286: «The conceptual split between original and copy was itself an ideological project, a resolution to a cultural problem».

³⁹ *Ibid.*, p. 4.

⁴⁰ *Ibid.*

hipermodernos estadios de privatización, personalización e individualización de los comportamientos de escucha musical, emancipando en gran medida al oyente de la tradicional escucha doméstica y estática tradicionalizadas a lo largo del siglo XX. Continuando con el ejemplo, la escucha portátil, gracias a una serie de desarrollos tecnológicos, tuvo consecuencias que podemos enmarcar en factores sociales y de cambios de paradigma más amplios, encaminando a las sociedades hacia éticas individualistas e hiperconsumistas, por la búsqueda constante de experiencias y sensaciones vitales desde finales de los setenta y comienzos de los ochenta, pero no como una consecuencia de la aplicación tecnológica en sí misma, sino como parte de un contexto social más amplio.

2.2.1. Factor fisiológico-neuronal

La neurociencia aporta información sustancial sobre la profundidad, intensidad o atención del oyente en cuanto a la actividad neuronal del cerebro cuando un individuo escucha música. También aporta datos sobre su emotividad que es percibida en el cerebelo y los niveles de dopamina. Los experimentos y estudios en neurociencia aplicados a la música demuestran que casi todos los córtex cerebrales interaccionan en la escucha de música, y absolutamente todos cuando se toca un instrumento⁴¹. En la práctica instrumental intervienen un mayor número de partes del cerebro que para cualquier otra actividad humana. El córtex visual se encarga de la lectura de la partitura; el córtex motriz del movimiento de las dedos y las manos; el córtex auditivo trabaja en las primeras etapas de la audición de los sonidos, la percepción y el análisis de los tonos; el córtex prefrontal crea expectativas melódicas, armónicas, rítmicas, de fraseo, cadencias, etc.; el córtex sensorial actúa en la retroalimentación táctil sobre el instrumento y; el cerebelo, además del movimiento y la memoria, actúa sobre la parte emocional de la música.

⁴¹ LEVITIN, DANIEL J: *Tu cerebro y la música. El estudio científico de una obsesión humana* (Barcelona, RBA Libros, 2018, [2006]), pp. 181-205. «Descubrimos exactamente lo que habíamos esperado encontrar. La audición de música provocaba que se activasen en un orden determinado una cascada de regiones cerebrales: primero, el córtex auditivo para el procesamiento inicial de los componentes del sonido. Luego regiones frontales, como BA44 y BA47, que habíamos determinado previamente que participaban en el procesamiento de las expectativas musicales y la estructura musical. Finalmente, una red de regiones (el sistema mesolímbico) que participaban en la excitación, el placer y la transmisión de opiáceos y la producción de dopamina, para culminar con la activación del *nucleus accumbens*. Y a lo largo de todo el proceso se mantenían activos el cerebelo y los ganglios basales, apoyando de manera presumible el procesamiento de ritmo y compás. En los aspectos de recompensa y reforzamiento de la audición de música parecen, pues, intervenir niveles crecientes de dopamina en el *nucleus accumbens* y la contribución del cerebelo en la regulación de la emoción a través de sus conexiones con el lóbulo frontal y el sistema límbico. [...] La música parece remedar algunos rasgos del lenguaje y transmitir algunas de las mismas emociones que transmite la comunicación vocal, pero de un modo no referencial y no específico. Activa también algunas de las mismas regiones neuronales que activa el lenguaje, pero la música aprovecha mucho más que el lenguaje estructuras del cerebro primitivo que participan en la motivación, la recompensa y la emoción».

De esta manera los dos hemisferios del cerebro y sus respectivos córtex trabajan creando una compleja estación central de impulsos eléctricos.

Para la escucha de música en un concierto de rock en directo, por ejemplo, intervienen casi todos los córtex. En un concierto de música clásica en que el espectador permanece sentado, el córtex motriz no interacciona (salvo que se esté llevando el pulso con los pies o los dedos). Y en la escucha de un disco desde el sofá de casa, no interacciona el córtex motriz y se reduce mucho el visual (aunque estemos con los ojos abiertos trabaja el córtex visual pero no tiene relación con la fuente de sonido).

Lo más importante para nosotros es que en la escucha de música en su enfoque neurocientífico, los impulsos nerviosos de las neuronas de varios córtex entran en contacto de una manera muy activa. El cerebro humano, a diferencia de los ordenadores, son capaces de procesar varias informaciones al mismo tiempo vinculando unos estímulos con otros. Los ordenadores pueden realizar operaciones mucho más rápidas que un ser humano, mucho más rápidas que nuestros cerebros, pero a diferencia de éstos, hasta que no han terminado de realizar una operación, no comienzan con la siguiente.

La neurobiología musical ha descubierto que en el bulbo raquídeo existe una red de neuronas capaces de clasificar los sonidos desconocidos en patrones que se adquieren con la escucha. Si estas neuronas consiguen “descifrar” dichos patrones, el cerebro segrega dopamina, causando una sensación de placer al oyente. Pero si no logra “descifrar” esos patrones, el cerebro segrega un exceso de dopamina que desorienta y altera al oyente. De ahí el mayor o menor grado predictivo que debe tener la música de hoy para satisfacer al oyente. A mayor grado predictivo, el cerebro es más capaz de anticipar más patrones aprendidos. Dicho de otra manera, al oído (o mejor, al cerebro) hay que guiarlo a través de las expectativas adquiridas mediante el aprendizaje y la cultura.

También se ha descubierto que la escucha repetitiva de una misma música puede terminar convirtiendo lo desconocido en conocido, eliminando así esa incómoda y extraña sensación sobre lo desconocido y el exceso de dopamina. Por este motivo, apunta Daniel Levitin, el cerebro parece estar diseñado para preferir la consonancia sobre la disonancia y lo predecible sobre lo desconocido, lo extraño y lo irreconocible⁴².

Christopher Small se muestra contrario a la escucha repetitiva que ofrece la grabación, pues destruye el elemento sorpresa de la narrativa interna⁴³. Sin embargo, al igual que ocurre con el

⁴² WILSON, CARL: *Música de mierda* (Barcelona, Blackie Books, 2015, [2014]), p. 95-110.

⁴³ SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 167.

re-visionado de una película, muy probablemente veamos cosas que en el primer visionado no fuimos capaces de entender o simplemente se nos pasó. Más aún, incluso el reconcomiendo y la anticipación de los hechos, tanto de las estructuras formales como de las narrativas, puede causar en el oyente el placer de saber qué va a ocurrir más tarde e incluso al final. Por su parte, Zargoski-Thomas sostiene que el fenómeno de la escucha repetida ha alterado nuestra percepción de lo que constituye una obra musical y, al mismo tiempo, al proporcionarnos un medio que almacena la práctica de la interpretación y la composición, ha cambiado la naturaleza de nuestra noción culturalmente construida de lo que entendemos por creatividad musical duradera⁴⁴.

Michael Haas, un productor independiente que trabajó para Universal Music Group y Sony Classical, considera que el mismo hecho de poder grabar y reproducir repetidamente una música, exige un tipo de escucha activa desconocida antes de la era del fonógrafo, una escucha repetitiva que se centra hasta los más pequeños detalles y diferencias que hayan pasado inadvertidas en las escuchas anteriores. Un oído vigía y crítico el del oyente de música grabada que no solo toma en conciencia la interpretación de la obra, sino los sonidos en sí mismos, la calidad de la grabación y la comparación con otras grabaciones de la misma obra con diferentes intérpretes⁴⁵. Haas va aún más lejos al considerar que incluso el oyente de grabaciones pueda adoptar una postura pasiva cuando acude al concierto en vivo:

El entorno creado por las grabaciones hace que el aficionado a la música de hoy en día sea más pasivo cuando escucha las actuaciones en directo (tal vez comparando inconscientemente lo que ocurre en el escenario con los CDs que conoce en casa), mientras que permanece más activo cuando escucha las grabaciones, sacando cada vez más sutilezas con la reproducción repetida⁴⁶.

Aprovechamos que estamos hablando de la opinión de un productor musical para traer a colación lo que podríamos llamar la **escucha de estudio**. Los productores adoptan una actitud crítica que muchas veces escapa a las capacidades de los intérpretes. Cuando el músico interpreta, adopta una actitud distinta que cuando escucha. Esto se acentúa cuando se trata de

⁴⁴ ZAGORSKI-THOMAS, SIMON: *The Musicology of Record Production* (Cambridge University Press, 2014), p. 38.

⁴⁵ Citado en COOK, NICHOLAS, ERIC CLARKE, DANIEL LEECH-WILKINSON y JOHN RINK (eds.): *The Cambridge Companion to Recorded music* (Cambridge University Press, 2009), pp. 59-62.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 62; [*The environment created by recordings means that today's music enthusiast is more passive when listening to live performances (perhaps unconsciously comparing events on stage with familiar CDs at home), while remaining more active when listening to recordings, eking out more and more subtleties with repeated playing*].

grabaciones. Por eso la labor del productor es tan importante: tomar decisiones, elegir tomas, apreciar fallos en la ejecución o la interpretación, etc. El oído del productor debe estar acostumbrado a escuchar aquello que a los demás se les escapa. Y tomar decisiones sobre la grabación y la edición es también un modo de interpretar.

Aunque la neurociencia y la neurobiología no son nuestro objeto de estudio, pueden ayudarnos a entender la escucha desde una perspectiva biológica. Comprender determinadas conductas y hábitos sociales que veremos más adelante tales como el grado de compromiso en una escucha atenta, en la capacidad de retención de ciertas estructuras, las distintas respuestas emocionales a la misma música, la predisposición a asumir ciertos patrones aurales y la necesidad de estructuras y patrones compositivos que den respuesta a los distintos tipos de oyentes.

2.2.2. EL factor psicológico

El principal problema que subyace en el estudio de la escucha de la música desde una perspectiva psicológica radica en la pregunta que se hace François Delalande:

En cuanto a saber si la música se escucha como se escribe, es decir, si las categorías cognitivas que sirven para escribir son las mismas gracias a las cuales el oyente se construye una experimentación mental, la cuestión es compleja y la psicología experimental está tan mal preparada para resolverla que corremos el riesgo de permanecer un buen tiempo sin respuesta⁴⁷.

Un muy breve recorrido por la historia de la música puede darnos algunas pistas sobre la psicología experimental aplicada al concierto y al mercado del disco. No sin antes recalcar que el estudio de la música desde la ciencia psicológica contemporánea tiene un recorrido que data de 1980, cuando en el espacio de unos cinco años se publicaron varios libros y surgieron revistas especializadas sobre el tema⁴⁸.

Los primeros programas de mano tenían la intención de preparar y orientar al oyente a una determinada forma en la percepción de la escucha una determinada actitud. En algunas ciudades estos programas se entregaban a domicilio un día antes del concierto, como solía hacer la Gewandhaus de Leipzig alrededor del año 1800. Algo tan habitual en la actualidad, como incluir el nombre del compositor, la tonalidad o el número de *opus*, no lo fue tanto en los primeros programas de concierto a finales del siglo XVIII. Pero no confundamos estos programas con

⁴⁷ DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), p. 235.

⁴⁸ Vid. CLARKE, F. ERIC: "Music and psychology" en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, pp. 113-123.

las notas al programa que se comenzaron a publicar por primera vez en Gran Bretaña en las décadas de 1840 y 1850.

En estos programas de Leipzig, el nombre del compositor ayudaba a crear ciertas expectativas sonoras sobre lo que se podía encontrar la audiencia, predisponiendo a una escucha atenta que favorecía a los compositores de renombre. La primera vez que se imprimió la tonalidad en un programa de la Gewandhaus fue el 27 de abril de 1806 con la «*Sinfonie von Haydn (aus Cdur)*». El hecho de incluir la tonalidad en los programas de mano tenía una triple función. Como no existía una clasificación de opus de los compositores, conocer la tonalidad servía para diferenciar unas composiciones de un mismo autor. En segundo lugar, ayudaba a evocar en el oyente el recuerdo de otra obra con la misma tonalidad escuchada en otra ocasión con el objeto de evocar recuerdos y sensaciones favorables. En último lugar, debemos recordar que cada tonalidad tenía asignado un “carácter” particular. Este carácter asignado a cada tonalidad provenía del siglo XVIII y se mantuvo hasta mediados del siglo XIX. Más tarde se añadió el número correlativo de la composición dentro de un mismo género y compositor; es decir, se nombraba el género (i.e. Sinfonía), el número de composición de ese género (i.e. Nº. 9) y la tonalidad (i.e. Do menor). Además de identificar rápidamente la obra del compositor, ayudaba a reconocer la obra mejor de lo que lo hacía el carácter tonal. En el caso de compositores como Mozart o Haydn, el número de obras de un mismo género era elevado, con lo que este sistema ayudaba a ponerle apodos, descripciones o sobrenombres característicos fáciles de recordar. En el siglo XIX el número de composiciones de un mismo compositor se vio reducida con respecto a periodos anteriores, con lo que volvió a resultar más rápida la numeración arábica del opus, a excepción de aquellas obras cuyo fin fuese ser recordado por una identidad simbólica que permitiera reconocerla entre la miríada de obras (i.e. *La Heorica*). En algunos casos, la asignación del número llegó a sustituir ese carácter simbólico de la obra, como ocurrió con “La Novena”, expresión que hace prescindible el nombre del compositor.

Poco después se añadieron expresiones que indicaban el “aire” o el carácter de los distintos movimientos de las obras como un medio tanto para reconocerlas con rapidez, como para condicionar la escucha. Expresiones como Grave, Largo o Majestuoso reforzaban la memoria, el recuerdo y la atención dedicada a la percepción.

El número de ejecución de la obra dentro de un mismo concierto también disponía al oyente a deslizarse por diferentes grados de atención. Las primeras obras servían a modo de obertura. Tenían la función de llamar la atención del público para que tomara asiento. Abrir el concierto indicaba que la obra y el compositor tenían menos prestigio, se daba por hecho que los oyentes no le prestarían demasiada atención. Por último, anunciar en el programa los

diferentes movimientos de una obra, sobre todo si la composición de carácter programático, persuadía al oyente a adoptar una determinada conducta de escucha narrativa. El carácter de un *adagio* no era tomado igual que el de un *allegro* o un *vivace*. En suma, podemos afirmar que los programas de mano pretendieron ejercer cierta influencia psicológica y emocional que preparaba la escucha del concierto. Como si de neuronas espejo se tratase⁴⁹. Como si se tratase de una especie de guía turístico-auditiva.

En los programas de mano a partir de las décadas de 1840 y 1850 en la cultura victoriana británica se añadieron breves incipit notacionales con los comienzos de las obras incluidas en los programas. Aunque en otros países se publicaban partituras o breves fragmentos en la prensa periódica, los incipits de la cultura victoriana fueron las primeras notas al programa de la historia moderna. Los primeros programas con estas características surgieron a mediados de la década de 1840 en la Musical Union dirigida por John Ella en Londres. El propio Ella era quien elaboraba las notas al concierto de pequeños grupos de cámara. (Véase Imagen 4: Extracto de las notas analíticas de Ella para la Musical Union, 19 de mayo de 1846). Más tarde, en la década de 1890, esta práctica se extendió a Viena, París, Boston y New York⁵⁰.

En ocasiones, como indica Christina Bashford, los redactores de las notas al programa británicos de la segunda mitad del siglo XIX emplearon descripciones emocionalmente subjetivas. En otros casos descripciones formalistas o estructurales en las que se explicaban las partes y destacaban aquellos elementos que ayudasen al oyente a seguir la estructura de la composición. También se dieron notas al programa que mezclaban ambos tipos, las descripciones emocionales y las estructurales-formalistas. Las principales composiciones a las que estuvieron destinadas estas notas fueron obras programáticas, o con cierto carácter programático, porque eran entendidas como portadoras de significados narrativos o pictóricos: el mejor ejemplo lo constituyeron los poemas sinfónicos. Estas notas funcionaban como hojas de ruta auditivas destinadas a ayudar al público a seguir las secuencias temáticas y tonales, preparando y fomentando una escucha atenta y lineal orientada a la estructura⁵¹. El formalismo de Hanslick, la filosofía Kantiana, la Estética de la música y el surgimiento de las Bellas Artes como disciplina, coaligaron este tipo de escucha centrada en la estructura de las obras de música clásica.

⁴⁹ Para esta pequeña parte que hemos dedicado a los programas de la Gewandhaus de Leipzig véase LANZENDÖRFER, ANSELMA: "Designated Attention. The transformation of music announcements in Leipzig's concert life, 1781-1850" en THORAU, *The Oxford Handbook...*, pp. 163-185.

⁵⁰ Vid. BASHFORD, CHRISTINA: "Concert listening the British way? Program notes and victorian culture" en THORAU, *The Oxford Handbook...*, pp. 187-206.

⁵¹ *Ibid.*

En el otoño de 1919, el agente publicitario de la Edison Phonograph Company, Henry Eckhardt, explicó al investigador del Carnegie Institute of Technology, Walter van Dyke Bingham, que la compañía para la que trabajaba estaba diseñando un proyecto con la finalidad de determinar las reacciones psicológicas que determinados estilos musicales producían en las mentes humanas, barajando la posibilidad de elaborar una lista de estilos que pudieran ser escuchadas por la gente en su vida diaria para aliviar el cansancio y la fatiga, curar la depresión, calmar a los niños, y otras cosas relacionadas con la psicología. Bingham aceptó el proyecto. Se le asignaron 10.000 dólares, dos fonógrafos Edison y una colección completa de discos Recreation Recitals usados para las pruebas de tono de la Edison Phonograph Company. Uno de los informes entregados por el Carnegie Institute a la compañía de Edison recoge las primeras listas de reproducción de la historia, casi cien años antes que Spotify o iTunes. Un grupo de tres psicólogos, tras escuchar 589 piezas, una vez clasificadas conforme a una ficha técnica que recogía expresiones emocionales del tipo “familiar”, “agradable”, “desagradable”, “interesante”, “aburrido”, “alegría”, “tristeza”, “descanso”, “tranquilidad”, “divertido”, etc., establecieron ciertas respuestas emocionales comunes a determinadas músicas. Los investigadores concluyeron que la música afectaba al estado de ánimo y que, por tanto, el placer de la escucha podía predecirse intencionadamente. Las 589 piezas se clasificaron en base a unos objetivos de marketing estableciendo patrones de venta. El estándar más importante recogía la idea de que cuanto mayor fuesen las cualidades emocionales de una grabación, más discos se vendían⁵².

Pocos años después de estos resultados, Thomas Alva Edison dotó con miles de dólares a profesores de psicología para que estudiaran las respuestas emocionales de los oyentes a la escucha del fonógrafo en sus famosas pruebas de tono. Después de someter a los aspirantes a una especie de concurso, en el año 1921, un tal profesor Vassar recibió los 500 dólares del Premio Thomas A. Edison por su ensayo⁵³. Era evidente que el interés de Edison no radicaba en el simple conocimiento subjetivo de aquellos oyentes, sino en su inmediata aplicación comercial. Sin embargo, estos fueron los primeros pasos en la mercadotecnia de música grabada y los primeros intentos de hacerlo a través del conocimiento subjetivo de los oyentes.

⁵² Véase HUI, ALEXANDRA: “First re-creations. Psychology, phonographs, and new cultures of listening at the beginning of the twentieth century”, en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 372-393.

⁵³ MILNER, GREG: *El sonido y la perfección* (España, Léeme Libros, 2015), p. 49.

Imagen 4. Extracto de las notas analíticas de John Ella para la Musical Union, 19 de mayo de 1846.

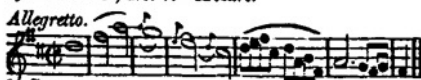
14

SYNOPSIS ANALYTIQUE.

Il ne suffit pas que l'artiste soit bien préparé pour le public, il faut aussi que le public le soit à ce qu'on va lui faire entendre.—BAILLOT.

Genoa, Bergamo, Bologna, Paris, and London, are honorably represented by the five eminent artists,—Sivori, Piatti, Casolani, Deloffre, and Hill,—engaged for this day's performance; and, in restricting our choice of music to stringed-instruments alone, we not only gratify the wish of several of our most accomplished members, but are enabled to exhibit the happy union of congenial souls which our musical diplomacy has brought together, upon this occasion, in three splendid productions of opposite styles. The poetical temperament of the Italian, united with a devotional love of the works of the great German masters, are rare qualifications in young and ardent instrumentalists from the Land of Song. In Sivori and Piatti, nature, and acquirement in practical skill, leave nothing but experience to perfect; and he who can listen unmoved to the divine melodies of Mozart, gorgeous harmonies of Onslow, and heart-stirring creations of Beethoven, interpreted by these sensitive artists, matchless in their peculiar styles, then, to such stoic natures, we exclaim, in the language of one defending the altar of his muse, "Fuori, fuori del nostro Tempio!" To amateurs, whether instrumentalists, or vocalists, this day's performance will afford a valuable lesson in musical expression and taste. Let them turn it to good account.

Quartet in D, No. 7.—Mozart.

Allegretto.


2nd Subject.


The two melodies quoted are charmingly diversified in their distribution. After the announcement of each subject, imitations follow close upon each other, requiring, in their delivery, the utmost nicety of expression. Assuming that the master-piece, Don Juan, was produced within a twelvemonth of this composition, it is very evident that those pleasing forms of accompaniment to Leporello's aria, "Madamina," which always delight musicians, were adopted from the descending scales which are so agreeably interspersed in the violin part of this *Allegretto*. An episode of "tender melody, and soothing harmony," in the beginning of the second part, gives delightful repose to the various brilliant and spirited passages; and, at the termination, a bold sequence of 6 3, ascending in the three upper parts, on the dominant note, crowns this fine movement most triumphantly.

Andante.



2nd Sub.


This is an exquisite gem, faultless and beautiful as the *Magdalen* of Correggio, to whose coloring, and pure grace in art, the compositions of Mozart have so often been compared. We never assembled a party whose intense power of expression, and keen sense of the beau-ideal of art, promised to render the beauties of this *Andante* more faithfully; and we confidently anticipate, that the members of the "Musical Union" will have reason to remember this day's performance of this composition with pleasurable emotion.

Minuetto.


Trio.


Fresh and blooming as May morn, these two graceful movements are redolent with the most delicious fragrance.

Allegretto.


This finale, with its opening simply in two parts, expanding at every step, forms a striking contrast to those Rondos of more slender texture, which, though full of fancy and ingenuity, are inferior in breadth of effect to the one which so worthily closes this admirable Quartet.

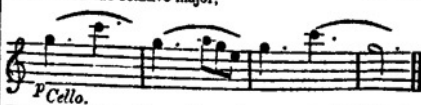
In the coda of this movement the amateur will again discover a foreshadowing of the coming events which led to the production of *Don Giovanni*. Nothing can exceed the beauty of the ideas; and their contrapuntal treatment is not to be executed satisfactorily but by artists thoroughly masters of their instruments.

Quintet, A minor, No. 23, Op. 38.—Onslow.

Preferring the combination of a contra-basso and violoncello, to the effect of two of the latter instruments, for which the greater part of Onslow's quintets are written, we were somewhat puzzled to find a composition that was adapted to exhibit the powers of our Italian artists to advantage, when we were unexpectedly honoured by a visit from our distinguished friend, at the moment we were hesitating in our choice; and, under his advice, we determined on the one in A minor. Onslow emphatically assured us that he esteemed the adagio of this quintet as the finest he had ever written; but we have an additional reason for congratulating ourselves on the production of this work, viz., that the rehearsal took place under the personal direction of its composer.

Allegro.


In our analysis of Onslow's Quintet in C, and his *Sestet*, performed last season, the general character of his compositions is explained (Vide p. 8 and 56, Record, 1845) and fully answers to the manner in which the present quintet, No. 23, is treated. The first subject of this allegro is preceded by a few bars of introduction, ending on the chord of the dominant, with the full power of the instruments. After the development of this pretty pastoral melody, short imitations of florid structure, and chromatic passages succeed, to divert the auditor, until the violoncello announces the following cantabile in the relative major,



This is admirably given with new harmony (in E flat) for the contra-basso, and constitutes, with the matter referred to, the substance of the first part. Modulations in rich profusion occur in the second part, and all the subjects are reintroduced under every possible form. The effect of many of the imita-

Publicado en el *Record of the Musical Union*, 1846. Editado por J. Ella. Londres: Cramer, Beale. Staatsbibliothek su Berlin, Preußischer Kulturbesitz (Mus. B 4700, 19 de mayo de 1846). Imagen tomada de THORAU, CHRISTIAN y HANSJAKOB ZIEMER: *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (New York, Oxford University Press, 2019), p. 190.

La subjetivación de la escucha debe ser entendida como parte de una construcción social, política y cultural. La idea que tiene el individuo sobre sí mismo está siempre en conexión

directa con su contexto. Por ejemplo, el ideal romántico de escucha subjetivada cimentada en una escucha trascendental, contemplativa, casi como una experiencia místico-religiosa que elevaba a la cultura burguesa a niveles superiores y la separaba de la simple escucha fisiológica reservada al vulgo, no es más que un constructo ideológico de una psicología de la escucha cercana a los conceptos filosóficos de Schopenhauer heredados a su vez de la filosofía kantiana que pretendía explicar la metafísica desde el racionalismo. Por su parte, el estudio encargado por Edison a Vassar no hará más que mostrar la subjetivación estandarizada del individuo tardo-romántico como herencia de ese modelo burgués de escucha. La escucha contemplativa, el acto de escucha que la música clásica de concierto occidental ofrece a los miembros del público, es sólo uno de los modos de escucha⁵⁴.

Otra aportación interesante y posible instrumento de análisis para la escucha es la fenomenología como método epistemológico de conocimiento, aunque tampoco deje de servirse del todo de métodos subjetivos centrados en las experiencias empíricas⁵⁵. Una hermenéutica aural debería comprender todas las formas soterradas de interpretación de la escucha, algo que podría convertirse en una tarea imposible y cuyos logros mostrarían realidades individuales y parciales alejadas del enfoque social en el que queremos incidir en esta investigación. No por ello debemos obviar la posibilidad fenomenológica para el estudio de la escucha, un camino que abriría futuras investigaciones.

Si analizamos la escucha desde el factor exclusivamente psicológico, encontraremos tantos tipos de escucha como escuchantes haya. Es imposible evaluar la competencia y la hondura de la escucha de cada oyente, su capacidad de emocionarse, o su interés por establecer relaciones entre estilos, composiciones, formas, estructuras, etc. Además, ya hemos dicho, la escucha subjetiva forma parte de un contexto mayor que delimita nuestras experiencias para con la música⁵⁶. Nadie escucha desde cero, sin un recorrido cultural aprehendido. Esta aprehensión condicionará el acercamiento a la escucha.

⁵⁴ Véase DIBBEN, NICOLA: “Musical, materials, perception, and listening” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 201.

⁵⁵ Don Ihde establece tres niveles en el proceso fenomenológico de la escucha: 1. Falta de distinción sujeto-objeto. 2. Lucha con el lenguaje (que también es una lucha con la experiencia) por explicar los fenómenos que no ha experimentado previamente. El oyente no tiene todavía un lenguaje apropiado para describir las experiencias que vive. 3. A medida que el investigador principiante continúa su reflexión, comienza a descubrir que adquiere un sentido de discriminación más fino en relación con las cosas que experimenta. Véase IHDE, DON: *Listening and voice. Phenomenologies of sound* (State University of New York Press, 2007, [1976]). Resulta de particular interés el capítulo 7, “Timeful Sound”, pp. 85-102.

⁵⁶ Con todo, como indica Teresa González de la Fe, «hacer ciencia objetiva del significado subjetivo sólo es posible si de alguna forma tenemos acceso objetivo a la subjetividad, lo que por ahora no es posible»; GONZÁLEZ DE LA FE, TERESA: “Sociología fenomenológica y etnometodológica” en GINER, SALVADOR (coord.): *Teoría sociológica moderna* (Barcelona, Editorial Planeta, 2011, [2003]), pp. 231-279.

También desde un alcance psicológico podemos aproximarnos al mayor o menor grado de atención, a la disipación del oyente en su atención prolongada durante un tiempo más o menos amplio (concierto de música clásica, álbum de rock, ópera, etc.), a la atomización y fragmentación de la comprensión, así como en los comportamientos de la percepción.

Cualquier análisis gradual implica un método de análisis cuantitativo. Por nuestra parte no queremos entrar a valorar y puntuar la escucha sino cualificarla. Por este motivo siempre rehusamos la confrontación con el análisis cuantitativo. Esto puede parecer que nos sitúa en una huida de los métodos de análisis modernos cuya moda reside en el manejo de gran cantidad de datos. La ciencia explora el mundo desde muchas perspectivas y hoy por hoy me temo no existe ningún método de control absoluto de análisis de la escucha. Luego, no nos queda otra cosa que teorizar en base al conocimiento disponible. Tal vez nunca sepamos cuánto escucha una persona, pero sí podemos conocer cómo lo hace, qué medios usa para escuchar, cuál es su contexto, cuánto tiempo le dedica. El proceso de análisis cuantitativo no habrá que hacerlo mediante la pregunta directa del cuánto es capaz de entender un oyente sino en el estudio indirecto del cómo, qué, cuál, dónde y por qué escucha.

Si la subjetividad y la psicologización de la escucha son de momento muy difíciles de analizar cuantitativa y cualitativamente, de lo que sí estamos seguros es que existen una serie de variables que condicionan la escucha que provienen del contexto social, educacional, la competencia de abstracción, el lugar físico de escucha, el contexto histórico, y el factor tecnológico. En suma, un análisis de la escucha en cuanto al factor socio-técnico-económico, que es lo que estamos intentando establecer.

Veremos que la amplia y jerárquica clasificación de Adorno no hace otra cosa que polarizar la escucha psicologizada y subjetivada, una polarización que lleva a los extremos a la escucha atenta y a su opuesto, la escucha distraída, pasando por puntos nodales intermedios que al fin y al cabo son desechados por Adorno por ser de inferior calidad⁵⁷. Una inferioridad fruto de la

⁵⁷ Es importante señalar que antes de que Adorno abordara el análisis de los oyentes en el capítulo “Tipos de comportamiento musical” —con su oyente ideal en la cúspide—, de su volumen *Introducción a la sociología de la música* de 1968, ya en 1939 Aaron Copland publicaba *What to listen for in music* en el que habla del oyente ideal como un auditor que debe ser capaz de estar «dentro y fuera de la música al mismo tiempo, la juzga y la goza [...]». También es de recibo apuntar que Copland en ofrece en ese libro unas pautas para que el oyente lego obtenga una escucha más inteligente a través del discernimiento de tres planos de escucha: el «plano sensual» con el que el oyente se limita al puro placer y distracción, el «plano expresivo» mediante el cual el oyente concede significados expresivos de los estados de ánimo sugeridos por la escucha y el plano «puramente musical» mediante el que el oyente es capaz de alcanzar una comprensión de «las notas y su manipulación». El libro se centra en ofrecer las pautas para la comprensión de este último plano. Para Copland «según el mayor o menor grado en el que nos demos cuenta de cómo el artista [...] maneja su material, así seremos unos auditores más o menos inteligentes». Con lo dicho hasta ahora podemos afirmar que Copland está inmerso en el concepto de escucha atenta que deslegitima acercamientos más superfluos de la audición musical; véase COPLAND, AARON: *Cómo escuchar la música* (México, Fondo de Cultura Económica, 1995).

mecanización de la música y la adopción por parte de la baja cultura de los productos de masas. En realidad, ambos extremos forman parte de modelos de comportamiento propios de contextos sociales, culturales e históricos y no tanto estéticos, intelectuales o clasistas como se ha pretendido tácita o explícitamente arbitrar desde el conjunto de adalides de la jerarquía establecida entre la alta y la baja cultura.

Otros factores asociados a la escucha psicológica vienen dados por la sensibilidad auditiva, el entrenamiento musical, la personalidad, el género, la madurez y la memoria. De nuevo, se trata de factores adyacentes que conforman una escucha psicologizada. Estos factores atienden a elementos ampliamente culturales y contextuales. Veamos.

Para Hargraves (2014 [1998]), las respuestas musicales cubren un espectro muy amplio de la experiencia humana⁵⁸. Por ejemplo, una música que nunca hemos escuchado, su no familiaridad, suele provocar un primer rechazo en el oyente. La escucha repetitiva, por el contrario, además de crear lazos con la obra, ayuda a asimilarla, a entender su estructura⁵⁹. La escucha repetitiva convoca al oyente a un ideal imaginario, identitario y social. Si lo que se escucha es compartido por la mayoría de sus semejantes, si no se desea quedar al margen, fuera de la moda, los oyentes la asimilarán rápidamente. Pero esta necesidad identitaria no solo obedece a la psicología del individuo, sino a los aspectos comerciales y de consumo. Como indica Zygmunt Bauman: «En la sociedad de consumidores nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede preservar su carácter de sujeto si no se ocupa de resucitar, revivir y realimentar a perpetuidad en sí mismo las cualidades y habilidades que se exigen en todo producto de consumo»⁶⁰.

Los diferentes componentes y estructuras de una obra también pueden condicionar la escucha individual. La complejidad de las estructuras armónicas, formales, rítmicas, contrapuntísticas de una composición que ofrezca demasiada información para un oyente lego, así como la extrema simplicidad, tienden a producir rechazo en el público de masas. Sirva como ejemplo Beethoven. Después de los estrenos de *La Heroica* (en privado en la primavera de 1803 en la casa del príncipe Joseph Franz von Lobkowitz y en público el 7 de abril de 1805 en el Theater an der Wien de Viena), *La Quinta* y *La Pastoral* (el 22 de diciembre de 1808 de Beethoven en el Theater an der Wien), los críticos del *Allgemeine Musikalische Zeitung*, recién estrenado el

⁵⁸ Véase HARGREAVES, DAVID J: *Música y desarrollo psicológico* (Barcelona, Graó, 2014), especialmente los capítulos del 5 al 8.

⁵⁹ Para la escucha repetitiva véase, NACENTA, LLUÍS: *A la escucha de la repetición musical*, tesis doctoral, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, 2014.

⁶⁰ BAUMAN, ZYGMUNT: *Vida de consumo* (México: Fondo de Cultura Económica, 2016, [2007]), p. 25

siglo XIX, aconsejaron escuchar varias veces estas obras para poder comprender la complejidad que suponía el nuevo lenguaje romántico.

Es importante señalar que para quienes no poseen una formación musical específica destinada a reconocer las estructuras internas de las obras, su foco de atención tiende a situarse en el contexto narrativo y en los componentes dramáticos (entendidos estos en el mismo sentido que una obra teatral) más que en las estructuras formales. Más aún, el mismo proceso metodológico empleado en los conservatorios para enseñar las formas y las estructuras puede llegar a desviar al estudiante de su comprensión individual narrativa y dramática de una música instrumental. Estudiar la obra para apreciarla en su sentido estructural no deja de ser un acto de cosificación de la obra para, en definitiva, hacerla visible en la partitura primero y más tarde mediante el reconocimiento auditivo. Entonces, si, como sostienen los formalistas, el disfrute de una obra musical viene dado por la percepción de su estructura, sólo se hará completamente visible en su totalidad una vez acabada la interpretación, por lo que la obra en sí sólo puede ser disfrutada una vez haya acabado⁶¹. Otra forma de entender la estructura de la música es desde la visión emocional vinculada a las estructuras de la narración interna, entendidas éstas en cuanto a esta triple división: 1) la presentación de un orden; 2) la alteración del orden y 3) restablecimiento del orden.

Otros factores psicológicos de la escucha de música vienen dados por la creatividad y la imaginación del oyente, la influencia social del entorno, la familia, la interacción entre grupos de iguales (sobre todo entre los adolescentes), la clase social, el capital cultural (P. Bourdieu), las modas, la influencia de las personas de su entorno próximo, las experiencias vitales, la identidad, o hasta el capital económico y el país de nacimiento. Todo ello marca los rasgos de la personalidad auditiva.

Thomas Schäfer, Peter Sedlmeier, Christine Städtler y David Huron reducen a tres las funciones psicológicas de la música en su artículo “The psychological functions of music listening” de la revista *Frontiers in psychology* del 2013. Según estos investigadores la gente escucha música atendiendo a tres funciones: 1) para regular la estimulación y el estado de ánimo; 2) para la toma de consciencia de uno mismo (en la vida temporal y espacial, trascendencia, emancipación, psicologización, individualismo, simple diversión, búsqueda de placer, etc.) y; 3)

⁶¹ SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 163.

como expresión de las relaciones sociales (cohesión social, pertenencia, identidades, comunidades, nacionalismos, comunicación, usos políticos, culturas compartidas, etc.)⁶².

Si observamos detenidamente esta clasificación, más que de tres funciones psicológicas lo que hacen es hablar de una función psicológica y anímica (estimulación y estados de ánimo), otra estética cercana a lo ontológico, espiritual y trascendental, y una última función socializadora con fines prácticos en la participación y la construcción de identidades. Aunque claro está que todas ellas forman parte de la actividad personal y subjetiva. A nuestro juicio, la clasificación resulta un tanto forzada.

Por último, «el análisis de los procesos cognitivos que se ponen en práctica en los actos musicales (de producción y escucha) es importante, pero no sería capaz por sí solo de dar cuenta de la especificidad de las conductas musicales», arguye François Delalande, quien sigue a su vez a Jean-Jacques Nattiez cuando sostiene: «Si la música aparece como un hecho musical universal, quiere decir que existen sin duda universales de la música; pero hay que buscarlos, más que en el ámbito de estructuras inmanentes, del lado de las estrategias *poiéticas* y *estéticas* (de producción y de recepción), es decir, de procesos»⁶³. Continúa Delalande aclarando que «si queremos describir las estrategias cognitivas independientemente del saber propio de cada cultura, sólo encontraremos los procesos que intervienen en la aprehensión y reducción de un conjunto sonoro de cualquier clase, sea o no definible como música»⁶⁴. En suma, el análisis de lo estrictamente cognitivo no puede ofrecerse como único método para abordar el estudio de las conductas musicales, sino que habrá que indagar en los procesos que intervienen y las estrategias de producción y recepción, sin olvidar que la escucha de música es una forma de recepción no demasiado estudiada hasta el presente.

2.2.3. El espacio físico (factor espacial o geología acústica)

Otro factor que debe ser tenido en cuenta para una sistematización de la escucha es el espacio físico que ocupa el oyente. La especificidad de la acústica y el espacio físico también participan en dar forma al sonido y su experiencia. La mediación acústica, la propia construcción del sonido y los hábitos de escucha relacionados con él, influyen profunda y poderosamente en nuestra experiencia del entorno, del yo y de los demás⁶⁵. Hemos asumido que la tecnología

⁶² SCHÄFER, THOMAS *et al.*: “The psychological functions of music”, *Frontiers in psychology*, 13 Agosto 2013. Puede consultarse en <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2013.00511/full> [5/02/2020]

⁶³ DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), p. 43.

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ SUN EIDSHEIM, NINA: *Sensing sound. Singing & Listening as Vibrational Practice* (UU.SS, Duke University Press, 2015), p. 23.

cambia la manera en que escuchamos la música actuando como mediador, también acabamos de ver que la neurociencia y la psicología pueden aportar puntos de vista esenciales, y ahora veremos la relación entre el oyente y el intérprete (bien de música grabada o en directo) desde un punto de vista físico y de la interacción entre ambos. Dónde está situado el oyente frente a la música, su fisicidad, su presencia física ante la música, condicionará su percepción. La percepción de una música está condicionada por el terreno, por el paisaje sonoro y éste a su vez lo está de la historia cultural y psicológica, por la memoria individual y colectiva. La experiencia pura no existe, y la escucha como experiencia sonora que es, tampoco. No escuchamos desde cero.

Hacemos un inciso para explicar la diferencia entre la música en vivo y la música en directo. Los dos extremos sobre la fisicidad del oyente son la música en directo o en vivo, y la música en diferido. Desde el punto de vista comunicacional la música en vivo significa compartir el tiempo y el espacio entre quienes interpretan y quienes escuchan. El término “en vivo” (*live music*) fue usado sobre todo en la década de 1920 cuando las emisiones de radio confundían a los oyentes, incapaces de distinguir si lo que oían se trataba de una retransmisión en directo o de una música grabada; aunque lo más habitual durante los primeros años de la radio fuesen las transmisiones en directo⁶⁶. Por su parte, el término “música enlatada” surgió para diferenciarla, precisamente de estas retransmisiones, queriendo especificar que se trataba de música grabada.

Los términos música en vivo y música en directo tienden a usarse indistintamente las más de las veces en la actualidad. Para las generaciones menos jóvenes era bastante común oír en televisión la expresión “en vivo y en directo”. Pero todavía tienden a confundirse o solaparse ambos significados. La propia RAE los contempla como sinónimos, y, sin embargo, se trata de dos cosas diferentes. La música en vivo implica que el intérprete y el oyente comparten espacio y tiempo. Ambos están en el mismo lugar, el mismo día y a la misma hora frente a frente. Por su parte, la expresión música en directo debería usarse sólo cuando se comparte el espacio temporal, pero no el espacio físico. Veamos un ejemplo. El Concierto de Año Nuevo de la Wiener Philharmoniker en el Musikverein de Viena se transmite todos los años a millones de personas (es el tipo de comunicación cara a cara al que se refiere John B. Thompson, 1997; o el tipo de comunicación de uno a todos al que alude Pierre Lévy, 2007). Los presentes en la sala del Musikverein comparten espacio y tiempo con los intérpretes, pero quienes lo vemos en

⁶⁶ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 166. El teléfono y la radio provocan lo que Chion llama una “situación acústica” en la que se oye sin ver. Aunque esta situación no era nueva cuando aparecieron estos aparatos de transmisión, “solo que la radio, teléfono y grabación la sistematizaron y le dieron un sentido nuevo al implicarla automática y mecánicamente”, pp. 166-167

televisión, por la radio o por internet, solo estamos compartiendo el tiempo. En el primer caso se trata de una música que aquí llamaremos en vivo y en el segundo caso de música en directo. Pero si, además, ese concierto se graba y se escucha al día siguiente ya no podremos hablar ni de música en vivo, ni en directo, puesto que tanto la interpretación como la escucha se produce en diferentes espacios físicos y temporales no compartidos por los oyentes y los intérpretes. Asumimos entonces que la música en vivo implica co-presencialidad y co-temporalidad en la escucha; que la música en directo solo permite la co-temporalidad entre los intérpretes y los oyentes; y que la música grabada siempre implicará descontextualización espacial y temporal, siempre se tratará de una interacción diferida.

Por música en diferido debemos entender, según la RAE, un programa de radio o televisión que se emite con posterioridad a su grabación. Por este motivo, si la música grabada requiere de mediación, toda la música en diferido también, ya que se trata de música grabada. Dicho de otra manera, la gran mayoría de la música que se escuchó en todo el siglo XX y XXI fue grabada para ser diferida. Con la música en diferido los tipos de mediación se han multiplicado gracias a los desarrollos tecnológicos, incluso por medios que no contempla todavía la RAE, como internet.

Con el advenimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación desde la década de 1980, la capacidad de transmisión se ha multiplicado y acelerado, y los espacios temporales y físicos han tendido a disolverse y acortarse. Si antes de los ochenta la radio y la televisión eran los canales transmisores habituales para la música en directo o la música grabada, desde los años ochenta la música ha visto florecer numerosos servicios y redes por las que poder transitar.

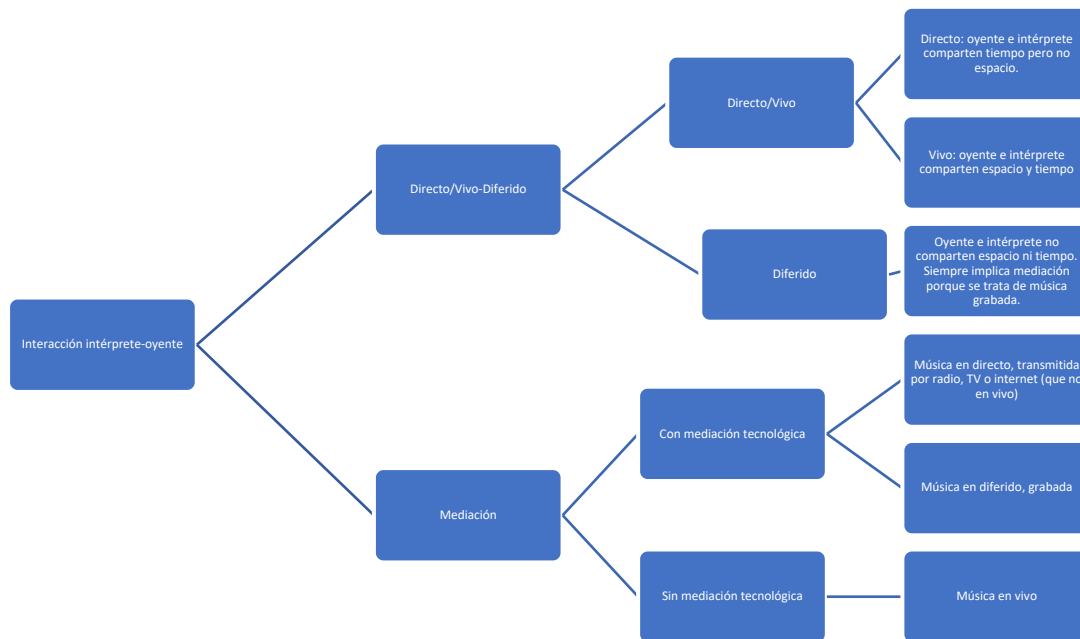
Como apunta Simon Frith, el carácter de la música en vivo, «definido en términos sociales tanto como fisiológicos, no es esencial para el sentido de la música»⁶⁷. La estética asociada a una escucha espaciotemporal compartida resulta ser una construcción ideológica-cultural. Una construcción que toma como modelo la música en vivo del concierto burgués. A la música grabada, como hemos visto, le tocó lidiar con la teoría de la mediación como si de una forma inferior de arte se tratara, al ser comparada con las características de auténtica, original y el concepto aurático de la música en vivo.

Así, en cuanto a la interacción intérprete-oyente podemos realizar dos posibles enfoques. Uno obedece a la presencia o ausencia física del oyente en el evento musical; lo que hemos visto como música en vivo, en directo o en diferido. La otra clasificación obedece a la existencia

⁶⁷ FRITH, SIMON: *Ritos de la interpretación: sobre el valor de la música popular*, (Buenos Aires, Harvard University Press, 2014, [1996]), documento de Kindle.

o no de la mediación, es decir, si se trata de música grabada o no. Los siguientes esquemas pueden ayudar a entender lo que queremos decir:

Gráfico 1: Tipos de interacción en la relación intérprete-oyente en la escucha de música.



Es importante establecer esta clasificación porque dependiendo de cada tipo el oyente experimentará la música de formas diferentes. Estas diferencias son las que queremos analizar, pues darán como resultado una tipología de escucha variada. Por ejemplo, las músicas en vivo de los diferentes géneros de la música occidental experimentan diferencias sustanciales. La música clásica tiende a convocar a unos oyentes a los que se les exige no participar activamente en el evento hasta que éste haya acabado. Se juntan en un recinto cerrado con asientos. Lo único que se les pide es que escuchen hasta el final de la obra para luego aplaudir. No debe levantarse, ni hablar o toser, debe ser y mostrarse cortés y educado. Por su cuenta, la música popular o moderna invita al oyente a moverse y expresarse con cierta libertad por un recinto común que suele ser abierto y sin butacas. En ambos casos lo que se espera de la actitud de escucha difiere sustancialmente.

En cuanto a la música en diferido grabada, al oyente se le ofrecen dos opciones generales de escucha: la escucha estática que de forma tradicional se suele dar en el hogar, y la escucha

móvil o portátil que ofrecen algunos aparatos de reproducción. La mayor parte de toda la música que se oye hoy en día se hace a través de altavoces o auriculares. El informe de la IFPI del año 2019 indica que el 44% de los jóvenes entre los 16 y los 24 años de todo el mundo escuchan streaming en su móvil, y que el 68% elige el móvil si sólo tuvieran una opción de escucha de música en streaming⁶⁸.

La progresiva ubicuidad de la música, desde el fonógrafo hasta nuestros días, ha llevado a la música y al oyente a lugares insospechados hace tan sólo unos años. La música grabada ha colonizado todo tipo de espacios, sin hacer desaparecer las formas presenciales de escucha tradicional en vivo. Incluso ha aumentado el número de conciertos y de festivales de los últimos años.

Con la grabación sonora de finales del XIX, a la tradicional escucha en vivo se le unió una música en diferido, postergada, experimentándose una reformulación de la tradicional relación espacio-tiempo. La invención de nuevos soportes y reproductores, el afán por su miniaturización, la movilidad de la escucha como nueva experiencia aural, se convirtieron pronto en un objetivo prioritario para las empresas del sector tecnológico. Poder escuchar música en muy diversos o insólitos lugares es hoy en día algo muy común gracias al esfuerzo de una industria tecnológica que durante la primera mitad del XX llevó la música al picnic, a embarcaciones de recreo o incluso a la guerra, a través de la venta de gramófonos y radios portátiles.

La pequeña radio a transistores de los cincuenta acaparó la escucha en movimiento y se convirtió durante años en el aparato que ofrecía por vez primera y con suma facilidad, múltiples lugares de escucha alejados de los habituales. Más tarde la radio a pilas dejaría atrás la tiranía del cable y la manivela. Ya desde los ochenta, el Walkman, el Discman, el MP3, el iPod y el *smartphone*, harán de la música un objeto de consumo cultural casi totalmente ubicuo y omnipresente, sin cables de corriente, sin soportes.

A pesar de los vaticinios apocalípticos, las críticas y los miedos de la industria desde los ochenta sobre la idea de que la música grabada haría disminuir la asistencia al concierto en vivo, todo quedó en pura resonancia. De hecho, el resultado ha sido precisamente el contrario, cuanta más música se ha grabado más ha aumentado la asistencia a los conciertos y más conciertos de han programado.

Otra paradoja posmoderna ha sido la reorganización de la industria fonográfica. Si en los años ochenta se sustituyeron los catálogos de vinilos por los modernos discos compactos, si en torno al año 2000 comenzaron a explorar vías relacionadas con internet y la transmisión online

⁶⁸ Informe IFPI *Music Listening* 2019; <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Listening-2019.pdf> [16 diciembre 2019]

mediante la venta por derechos de transmisión y descargas, ya desde el año 2012 se impuso un modelo de acceso a la música mediante streaming que obligó a la industria a asociarse a una diversidad de mercados online. El año 2012 marca el punto de inflexión de las plataformas, un momento en el que reemplazaron definitivamente el modelo de venta de soporte por un modelo de negocio basado en la suscripción de versiones *premium* y *freemium*. En tiempos de coronavirus la industria ha vivido un boom, engrosando sus ingresos junto a los servidores de contenidos online y dando forma definitiva al acceso global como una especie de guía de la cultura posmoderna capaz de satisfacer cualquier demanda. El confinamiento sacó a relucir los peligros de una posible suplantación de la experiencia en vivo por toda una vida de experiencia virtual.

La música digital siempre ha sido capaz de ofrecer al oyente la experiencia de la música en directo (por ejemplo, por streaming) y la música en diferido (a través de plataformas y servidores streaming) pero en los últimos años, la música digital parece querer suplantar hasta la misma experiencia de la música en vivo. La experiencia digital cada vez se acerca más al mundo real, al simulacro de la realidad, que diría Jean Baudrillard. El uso de hologramas, Inteligencia Artificial, grandes producciones, aplicaciones y software complejos, tridimensionalidad espaciosa, etc. acercan la música al oyente en un formato hiperreal que tiende a desplazar a la experiencia del concierto en vivo.

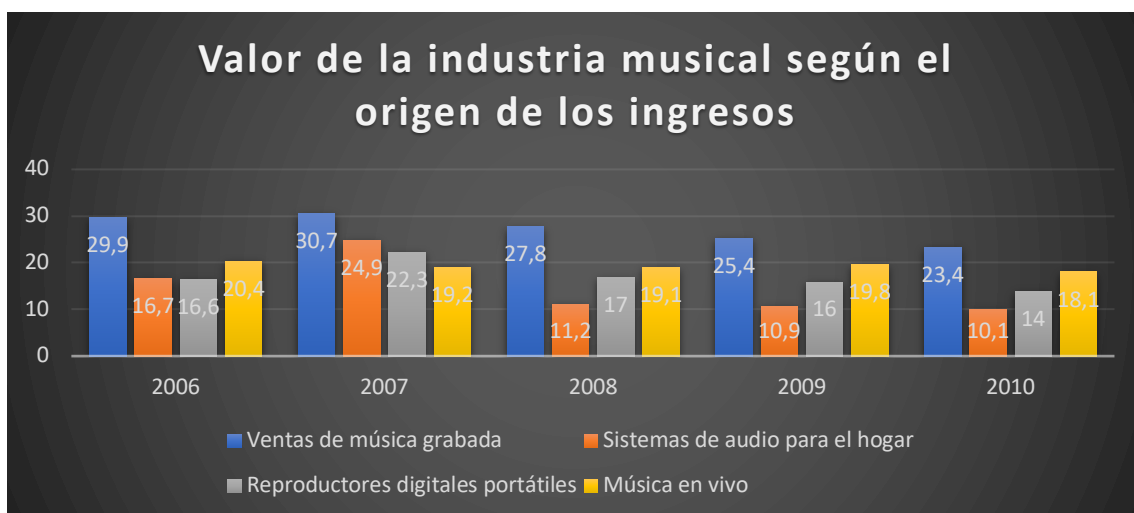
En términos de posibilidades, no de experiencias, durante las dos últimas décadas del siglo XX se produjo una reformulación en la relación entre el sonido y el espacio que va mucho más allá de la que ocurrió en el resto de siglo. Con la digitalización de la música, la disociación entre el sonido, el espacio y el tiempo han quebrado todas las reglas preexistentes en cuanto a las relaciones estables entre el oyente y los espacios tradicionales de escucha además de los aspectos sociales de la misma. La ubicuidad de la escucha digital tiende a abolir peligrosamente los lugares comunes de encuentro.

El acceso a la música grabada, vivida como algo experiencial, no dista mucho en la actualidad de las necesidades de comienzos del siglo XX. Todo el mundo quiere acceder a cuanto música grabada le sea posible de una u otra manera. La gran diferencia con respecto a las experiencias de acceso anteriores es que desde el año 2007 lo que se entrega al oyente no es el objeto musical simbolizado en el soporte, sino precisamente la experiencia del acceso en sí misma. Se entrega una llave que da acceso a un mundo de experiencias, de diversidad estilística, un acceso que tiende a la democratización, al consumo omnívoro y ubicuo. Pero también una puerta que esconde los peligros de la vigilancia líquida, la inteligencia artificial y la arquitectura logarítmica. Es el año 2007 cuando comienzan a implantarse algunas plataformas de *streaming*, cayendo el valor de las descargas. Comienza a imponerse un modelo de acceso abierto las

veinticuatro horas que provoca la caída de las ventas de soportes, de sistemas de audio domésticos y portátiles, que pasan a ser sustituidos paulatinamente por el teléfono móvil (Véase Gráfico 2: Valor de la industria musical según origen de ingresos (datos mundiales)).

Lo que ahora se entrega al oyente no es el soporte, sino diferentes vías de entrada a través de múltiples plataformas digitales sincronizadas con diversos dispositivos de reproducción. La relación conservadora entre la industria discográfica, la distribuidora, las tiendas de discos y el consumidor, cambiaría sus medios de distribución como consecuencia de las plataformas de streaming. El soporte físico se ha esfumado junto a la tienda de discos. Una tienda que ahora llamamos física como algo excepcional para diferenciarla de la tienda virtual. Un acceso ligero, versátil, pero voluble y líquido, que ahorra la incómoda pesadez de la materialidad del disco, satisfaciendo una de las necesidades volcadas sobre individuo posmoderno.

Gráfico 2. Valor de la industria musical según origen de ingresos (datos mundiales)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por SGAE 2008
Unidad: miles de millones de dólares.

En la gráfica anterior podemos observar que la industria de la fabricación de reproductores digitales portátiles aprovechó el viento de cola generado por el auge del MP3, que en el año 2007 se sitúa en 22,3 millones de dólares de ingresos. También podemos observar que el *streaming*, junto con la telefonía móvil, derivaban justo en el 2007 hacia un modelo de escucha centrado en el acceso a través de las plataformas online. Tampoco podemos olvidar que estos años coinciden con la crisis económica mundial del año 2007.

El modo de escucha de comienzos del siglo XXI ha aumentado nuestra diversidad de espacios de escucha, de sistemas domésticos y de reproductores portátiles. Un modelo que no se aleja mucho de lo que ya ocurrió durante todo el siglo XX, pero con la colosal diferencia de

que internet ofrece acceso a una inmensa cantidad de música servida en bandeja al momento. Un modelo que anima al encuentro omnívoro de estilos, totalmente ubicuo. Un modelo que ampara el flujo incesante de contenidos. Ya lo vaticinó Paul Valéry en 1928 con unas palabras escalofrantes leídas hoy: «Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica viene de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo»⁶⁹.

La era de internet la conectividad y del acceso a puede dividirse en dos periodos claramente diferenciados. Primero, el período de acceso a través del ordenador cuya característica principal es lo estático, la inmovilidad del aparato y del usuario. En esta etapa la conectividad se reduce sobre todo al tiempo y el espacio físico del hogar. El segundo modelo, que surge con la conectividad instantánea y perenne del acceso a internet a través de la telefonía móvil, los individuos escapan de la dictadura del cable y la inmovilidad impuesta por rúter. Este modelo de cultura inalámbrica transformó las relaciones y las interacciones interpersonales. Un periodo que puede dividirse a su vez en dos: 1) la sencillez de la conversación de los primeros teléfonos móviles y; 2) la conversión del teléfono móvil en un pequeño ordenador y gestor multifuncional mediante la escritura y lectura de contenidos (noticias, participación en redes sociales, búsqueda de información, etc.), la escucha de música, la visualización de vídeos, etc. De esta manera, el aumento de la conectividad y el acceso a internet ubicuo han transformado el espacio público en un foro para el consumo del ocio en todas sus vertientes culturales: cine, radio, música, vídeos, libros, etc. He aquí otra de las grandes paradojas de la modernidad líquida, un ciberespacio conformado como un lugar público de encuentro al mismo tiempo que hiperindividualizado, personalizado y destradicionalizado⁷⁰.

Concluyendo este apartado dedicado al factor del espacio físico de la escucha, hemos podido observar que el espacio físico que ocupa el oyente, favorecido por los medios usados,

⁶⁹ VALÉRY, PAUL: *Piezas sobre arte* (Madrid, La Balsa de la Medusa, 2005, [1960]), pp. 131-132.

⁷⁰ Un buen ejemplo que ya podemos comprobar pero que dibuja con angustiosa exactitud es la película *Her* de Spike Jonze del año 2013. Un asistente de inteligencia artificial capaz de aprender por sí misma que asiste a muchos usuarios a la vez, a todos agrada, a todos individualiza. Una inteligencia artificial que “Te escucha, te entiende, te conoce”, dice el propio asistente cuando se inicia. Su mejor cualidad es la intuición, al menos eso dice Samantha, la asistente personal de Theodore Twonbly, el protagonista. Samantha considera limitada la mente de una inteligencia no artificial, es decir, la mente humana. Durante el primer minuto de funcionamiento del sistema, Samantha lee un libro sobre nombres, revisa ochenta mil nombres distintos para ponerse uno propio, lee el correo de Theodore y se lo organiza, a lo que Theodore contesta a Samantha, “ya me conoces muy bien”. En las escenas de calle se ve a viandantes moverse con la cabeza gacha interaccionado y hablando con sus asistentes personales. La interacción entre humanos es casi inexistente. Todo se hace virtualmente. Sobre la destradicionalización véase “Vivir la vida propia en un mundo desbocado” en BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. (Barcelona, Paidós, 2016, 2002).

definirán los usos, los hábitos y los modos de escucha. Veamos ahora la manera en que la tecnología condiciona las distintas formas de acercarse a la escucha.

2.2.4. El factor tecnológico

¿Qué diferencia existe entre técnica y tecnología? La técnica obedece a procesos naturales que se dan en la naturaleza. Estos componentes naturales pueden transformarse en mecanismos técnicos de uso para el ser humano. La tecnología, por su parte, necesita algún tipo de mediación, y no obedece a procesos naturales, sino que es mecanicista y artificial, fabricada por el hombre.

Un buen ejemplo para diferenciar la técnica de la tecnología es el hecho de mirar las estrellas. Si lo hacemos directamente, observando el cielo a simple vista, se trata de una cuestión técnica. Podemos otear el cielo, saltar de una constelación a otra, orientarnos y viajar por la parte visible del universo. Pero si usamos una tecnología, como un astrolabio o un telescopio, estos aparatos nos permiten ver cosas que no somos capaces de observar a simple vista y de forma, digamos, natural. Por este motivo «la tecnología nos sitúa ante un artificio (no natural) que está más allá de lo alcanzable “naturalmente”, exige un punto de reflexión especial de la naturaleza»⁷¹. La tecnología en esta tesis debe ser entendida como un tipo de mediación (mecánica o digital) entre el objeto y el sujeto. Un medio que transforma lo real, lo acerca, lo modifica. Una tecnología generadora de objetos. La tecnología, como mediador que es, ofrece información interesante sobre el tiempo y el lugar, las sociedades, la historia, las necesidades de los individuos. Las tecnologías nos dicen quiénes somos. En palabras de Alberto Santamaría: «La sensibilidad con la que nos relacionamos con los objetos nos define igualmente como sujetos y como seres creativos; y ahí aparece el arte»⁷².

No sólo son elementos de mediación sino de representación. No sólo median entre el compositor y el oyente a través del intérprete, sino que contienen un metalenguaje que representa y encarna las actitudes, habilidades, hábitos, posturas, decisiones, contextos, condiciones, etc., tanto de quien interpreta, como de todo lo que interviene en el proceso: desde las decisiones adoptadas, los medios empleados, cómo se aplican estos, la distribución, la interpretar, a qué público estará destinada, etc. Buena parte de estas decisiones no tienen solamente fines prácticos sino estéticos. Los medios de comunicación son entonces instrumentos que se sitúan en

⁷¹ SALVAT MARTINREY, GUIOMAR y VICENTE SERRANO MARÍN: *La revolución digital y la Sociedad de la Información* (España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011), p. 43.

⁷² SANTAMARÍA, ALBERTO: *Un lugar sin límites. Música, nihilismo y políticas del desastre en tiempos del amanecer neoliberal* (Madrid, Akal, 2022), p. 109.

medio entre quien produce y distribuye la comunicación, y quien la recibe, modificando estructuras de comportamiento que pueden ser de dos tipos: de masas o masivos (como la televisión o la radio), e interpersonales como un teléfono o una carta. Con todo, ya hemos dicho que la importancia concedida a la tecnología en esta tesis no debe llevarnos a considerar que es capaz por sí misma de determinar la escucha, pero sí condicionarla de manera significativa. Aunque la tecnología sea el único factor determinante en la de escucha de música desde alrededor de 1900, sí que participa de una serie de factores que intervienen en ella.

Antes de continuar, nos detendremos en explicar brevemente lo que entendemos por tecnología en esta tesis. El profesor en ingeniería mecánica Stephen J. Kline sugiere una clasificación basada en los usos tecnológicos con la intención de delimitar la inmensa variedad de definiciones existentes⁷³. Según Kline existen cuatro tipos de tecnologías:

1. Tecnologías hardware que son aquellas cosas hechas por el hombre y que es imposible encontrar en la naturaleza.
2. Tecnologías como sistemas de fabricación sociotécnico, es decir, manufacturados, que incluyen equipos de fabricación y personas utilizados para la fabricación de hardware.
3. La información, habilidades, procesos y procedimientos necesarios para realizar tareas: el conocimiento, la técnica, la metodología y el *know-how*. Es decir, la habilidad o el conocimiento práctico de un conjunto de conocimientos técnicos y administrativos que son imprescindibles para llevar a cabo un proceso comercial y que no están protegidos por una patente.
4. El sistema de uso sociotécnico, o lo que es lo mismo, el uso social. Dicho de otro modo, los sistemas que forman la base de lo que hacemos con el *hardware* después de haberlo fabricado.

En definitiva, la tecnología es para Kline el conjunto de todos los sistemas sociotécnicos de fabricación, así como los sistemas sociotécnicos de uso que forman las bases físicas de todas las sociedades humanas del pasado y del presente.

Las tres primeras definiciones forman lo que comúnmente se suele entender como tecnología. La cuarta definición —los sistemas de uso sociales—, son importantes para nuestros propósitos si queremos comprender las implicaciones humanas de la tecnología de manera intencional. Llevado a nuestro terreno, el uso que hagan las sociedades y los individuos de la tecnología musical será lo que defina, en parte, los modos de escucha de la música grabada.

⁷³ CASCUDO, TERESA: “Tecnología de la música digital y musicología histórica: reflexiones desde el presente”, en *Tecnología y creación musical*, coord. XOSÉ AVIÑO (Lleida, Milenio, 2014), pp- 301-324.

Si aplicamos las cuatro funciones de Klein a la grabación de música, por hardware debemos entender el soporte y los aparatos de reproducción y grabación. En segundo lugar, el sistema de fabricación en el que intervienen procesos, aparatos y personas que toman decisiones sobre la grabación. En tercer lugar, el conocimiento y las habilidades de los intérpretes, los ingenieros de sonido y los operarios que fabrican los soportes, así como los métodos usados en todo el proceso de elaboración y fabricación. Y en último lugar, el más importante para nosotros, lo que hacen las sociedades con el producto fabricado, cómo lo manejan, cómo les afecta, cómo les cambia la forma de pensar, actuar o percibir el mundo, cómo influye en la percepción y la escucha de música.

Teresa Cascudo, profesora de la Universidad de La Rioja, subraya que «la tecnología de la música digital es el reproductor de audio digital que llevamos en la mochila, el proceso de fabricación que lo hizo realidad como artefacto, la investigación y las patentes en las que se basa, pero también todas las formas de relación entre dicho artefacto y nosotros»⁷⁴. La técnica, para diferenciarla de la tecnología, es definida por Cascudo como «cualquier tipo de estandarización de procesos», es decir, el método empleado en los procesos que intervienen en la cadena.

En una línea similar a Cascudo, Nick Prior, quien a su vez sigue el trabajo conjunto de Donald MacKenzie y Judy Wajcman, *The social shaping of technology* de 1999, asume una triple distinción en la que la tecnología abarca tres componentes principales: los objetos materiales propiamente dichos, las actividades que giran en torno a ellos y los conocimientos técnicos que facilitan su utilización⁷⁵.

En palabras de Harvey Brooks y Daniel Bell, la tecnología es «el uso del conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de una manera reproducible»⁷⁶. Durante las dos últimas décadas del siglo XX, una serie de descubrimientos basados en nuevas fuentes de energía, técnicas de fabricación, medios de transporte, aplicaciones médicas, etc., ayudaron en el proceso de desarrollo de una nueva etapa de la historia más reciente que algunos llaman posmodernidad. Considero que lo más importante de este periodo no es la información en sí, ni siquiera los procesos, sino el manejo que se hace de todo, con serias implicaciones en factores transversales de la sociedad y la aceleración de la propagación de estas prácticas informacionales. Es la primera vez en la historia de la humanidad que surge un nuevo modelo social, económico y cultural en tan sólo veinte años.

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Véase PRIOR, NICK: *Popular music digital technology and society* (Londres, SAGE Publications, 2018), pp. 3-4.

⁷⁶ Citado en CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. La sociedad red*, vol. 1, (Madrid, Alianza Editorial, 2016 [1997]), p. 60.

Las tecnologías, observa McLuhan, al igual que las palabras son metáforas. Metáforas que convierten al medio en el mensaje. La tecnología sustituye el interés dirigido al contenido por un interés hacia el continente. En la distinción que establece McLuhan entre la figura y el fondo, entre el primer plano y todo lo que está detrás de él, entre el espacio visual y táctil y el espacio auditivo (acústico), en suma, el fondo de la tecnología es, además de la situación y el contexto que le da origen, «todo el medio de servicios y perjuicios que la tecnología trae con ella»⁷⁷.

Para el sociólogo y crítico de la cultura estadounidense Neil Postman, «la tecnología es a un medio lo que el cerebro a la mente»⁷⁸. La mente es la utilización que hacemos del cerebro de la misma manera que el medio es la utilización que hacemos de la tecnología. «Una tecnología se convierte en un medio cuando emplea un código simbólico particular, cuando descubre su lugar en un ámbito social específico, cuando se insinúa en contextos económicos y políticos»⁷⁹. Para Postman, la tecnología es sólo una máquina, mientras que el medio «es el entorno social e intelectual que una máquina crea»⁸⁰.

Las definiciones de tecnología tres y cuatro que hace Kline, es decir la información, habilidades, procesos y procedimientos necesarios para realizar tareas, y el sistema de uso sociotécnico, de uso social, son para Postman realmente medios, más que tecnologías por sí mismas, pues se trata de los usos del entorno social que hacemos de las máquinas.

El papel que toman los Estados en el desarrollo de las tecnologías es esencial, pues el impulso y las ayudas a la innovación son factores que determinan el desarrollo de otros ámbitos comerciales, económicos y socioculturales. En los ochenta se produjo un decidido paso desde la producción industrial a la informacional. La revolución en el campo de la información y las comunicaciones de los últimos veinte años del siglo XX provocaron la emergencia de una nueva era llamada informacionalismo o capitalismo informacional. Se trató de un proceso de reestructuración del capitalismo mediante «la desregulación, la privatización y el desmantelamiento del contrato social entre el capital y la mano de obra» como eje estable del crecimiento tras la Segunda Guerra Mundial⁸¹. En consecuencia, el informacionalismo está dirigido a la expansión y el lavado de cara de una viciada necesidad por mantener vivo el capitalismo.

⁷⁷ McLuhan, Marshall y B. R. Powers: *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI. La globalización del entorno* (Barcelona, Gedisa, 2015, [1989]), p. 29.

⁷⁸ Postman, Neil: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985]), p. 72

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ Castells, Manuel: *La era de la información. La sociedad red*, vol. 1, (Madrid, Alianza Editorial, 2016 [1997]), p. 49. Esta transformación estuvo dirigida según Castells a conseguir cuatro metas: profundizar en la lógica capitalista de la búsqueda de beneficios; intensificar el capital mediante la productividad del trabajo; globalizar los mecanismos de producción, circulación y mercados; y conseguir el apoyo de los Estados para conseguir todo ello incluso a costa de las desprotección social y el interés público.

Por tanto, las investigaciones para la invención y el desarrollo de soportes, los soportes en sí, los sistemas empleados para su fabricación, y los modos y estrategias empleados en su escucha, obedecen a estos cuatro elementos que tienen en cuenta los objetos, los conocimientos para su fabricación, el propio proceso de fabricación y por último los usos de esos objetos. Nosotros nos centraremos en los usos y la capacidad de transformación social e individual que tiene la tecnología enfocada a la escucha.

Decíamos en la introducción que hoy se escucha más música que en ningún otro momento de la historia de la humanidad. El 89% de toda la música popular se oye a través del streaming con un total de cerca de dieciocho horas semanales, lo que corresponde a cincuenta y dos pistas de unos tres minutos a la semana⁸². Recordemos de nuevo la pregunta obligada: ¿ha cambiado la tecnología digital la manera en que escuchamos la música? Una respuesta que cualquiera que haya nacido antes de los ochenta contestaría afirmativamente. Entonces la siguiente pregunta obligada es ¿cómo ha cambiado la forma de oír música la tecnología digital?

Antes de seguir debemos tener en cuenta que casi toda la música que se escucha en la actualidad se hace a través de grabaciones que reproducimos en múltiples aparatos. Es importante estudiar cómo influye el soporte en la era digital de la música. Recordemos que, si el soporte es un mediador entre el intérprete y el oyente, la tecnología utilizada en su reproducción condicionará el modelo de escucha y transformará las experiencias auditivas. Cada tecnología de reproducción tiene sus propias características. Cada sistema de reproducción regula la experiencia sonora de la música. No resulta la misma experiencia de escuchar música en la radio que en el móvil, ni escuchar un disco en casa que un MP3 en el metro. La experiencia y el manejo son diferentes, así como la subjetivación de los paisajes sonoros y la interacción con el medio.

Los soportes digitales transformaron desde comienzos de los ochenta dos importantes factores: la música como producto cultural de masas y la distribución de la música. También la producción, aunque para nuestros fines no resulte tan relevante como los anteriores. Por eso nuestro objeto no es indagar en las prácticas mercantiles y mercadotécnicas sino, y he aquí uno de nuestros principales aportes, analizar las nuevas formas de cultura de la escucha que la era digital ha originado. Nos interesa más saber qué transformaciones sociales se han producido en los últimos cuarenta años desde que hizo aparición el CD en 1983. Qué transformaciones han dominado hasta el presente gracias a la música online, al streaming, la suscripción y el acceso. Qué tipos de procesos se han dado desde que el vinilo fuese desplazado por el CD. Para llegar

⁸² Informe IFPI *Music Consumer Report 2019* en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

al objetivo de contestar cómo se escucha en la era digital hemos optado por investigar los avances en la tecnología aural y su relación directa con los hábitos y las estructuras de socialización de nuestra era posmoderna⁸³.

Soy consciente de que el hecho de centrarme en un periodo muy cercano al presente plantea serios problemas de investigación. Por un lado, porque la perspectiva histórica no es la suficiente como para emitir juicios, por otro lado, por la constante aceleración en los desarrollos y las investigaciones que se producen en temas relacionados con la Inteligencia Artificial, las aplicaciones informáticas en el uso de algoritmos, las implicaciones en los modelos de consumo y socialización, de conformación de patrones individuales, y un largo etcétera., que nos mantienen siempre alerta en un mundo constantemente cambiante y acelerado. Con todo, los comportamientos, las actitudes, los hábitos de consumo y las paradojas de estos últimos cuarenta años cimentan nuestra tesis, al mismo tiempo que nos mantienen alejados de las presuntuosas y peligrosas conclusiones de los deterministas tecnológicos, cuya mirada tiende al fraccionamiento y la supremacía concedida a la tecnología sobre otros factores. Manuel Castells considera que «el dilema del determinismo tecnológico probablemente es un falso problema»⁸⁴. Sin embargo, debemos tener en cuenta que existen tres teorías que analizan los cambios de paradigma de la transformación que vienen sufriendo las sociedades occidentales contemporáneas de las últimas décadas: la teoría de la sociedad de la información, el posfordismo y la posmodernidad. Todas ellas afrontan la tecnología desde diferentes perspectivas, pero también todas ellas adoptan posturas tecnológicamente deterministas⁸⁵.

La mayoría de las obras de arte pueden ser clasificadas como objetos, como acontecimientos o como símbolos culturales y políticos de la construcción de la identidad. Siguiendo la ontología y epistemología del escritor, crítico y teórico francés Gerad Genette, las obras autográficas son objetos físicos de las que sólo existe un original, las demás son copias de éste: como ocurre con la pintura, la escultura, la fotografía o los tapices. Las obras autográficas no necesitan ser

⁸³ Bauman prefiere describir líquida nuestra época moderna ya que precisamente ofrece más datos, o sea, describe cómo son nuestras sociedades. No le gustan otros términos como posmodernidad (Lyotard), segunda modernidad (Ulrich Beck como alternativa a época contemporánea) o hipermodernidad (Marc Augé) ya que no ofrecen información necesaria. El término posmodernidad es un nombre “provisional” que “expresa el sentimiento de que nuestra sociedad ya no es como la sociedad moderna”. Este término para Bauman no dice nada, no aporta nada sobre cómo es la modernidad actual, sólo afirma que ésta ya no existe, no añade nada “sobre lo que es este nuevo estado”. Y aquí, por estado debemos alinearlos con las propiedades de los materiales y en concreto con el de los líquidos y además nos será útil para explicar nuestra teoría sobre los estados de la música líquida. Otra propuesta es tardomernidad (H. Rosa).

⁸⁴ CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. La sociedad red*, vol. 1, (Madrid, Alianza Editorial, 2016 [1997]), p. 35.

⁸⁵ Véase MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999), pp. 142-151.

representadas pues existen como objetos. La manifestación del arte como objeto es llamada por Genette *inmanencia*. Por otro lado, las obras alográficas son representaciones de objetos ideales que sí requieren ser representadas: como ocurre con el caso de la música, la danza o el teatro. En el caso de las artes autográficas las obras son objetos físicos, en el caso de las artes alográficas los objetos son ideales⁸⁶. En música, un concierto, una performance, es un objeto ideal. Ahora bien, si este evento es grabado se convierte automáticamente en un objeto real y material, pasando de ser una obra de arte alográfica a una obra de arte autográfica. En este sentido, la digitalización de la música lleva al extremo el carácter alográfico de la música, ya que, si la única característica autográfica que le quedaba a la música grabada era el soporte físico, con el streaming y la música on-line, la música se ha convertido definitivamente en puro acontecimiento. Este carácter alográfico de la música podría estar representado en lo que aquí llamaremos música líquida. Si la música grabada es un objeto inmanente como obra de arte alográfica en su sentido ontológico, y si su fijación en soporte la convierte en una obra de arte autógrafa, entonces, la desaparición, volatilidad o licuefacción del soporte, convierte de nuevo a la música en una obra de arte alográfica puesto que el soporte ya no soporta nada.

El soporte es, entonces, la evidencia física, el material en cuya superficie se registra algún tipo de obra, de información, del tipo que sea. El soporte es el elemento que convierte a la obra alográfica en autográfica. Es la muestra evidente y el resultado de un proceso en el que intervienen varias fases que comienzan con el cotejo y la elaboración de las obras. Crear un contenido, diseñarlo, operar con él, cambiarlo, ampliarlo, reducirlo, expandirlo, todo ello forma parte de procesos que se dan a posteriori una vez pensadas las obras que se desean grabar. Una vez diseñado es necesario plasmarlo físicamente en algún tipo de material o soporte para su distribución. La elección del soporte no es un hecho baladí puesto que puede condicionar numerosos factores como el tipo de público que lo usará, el lugar, el modo de escucha, y otras variables.

Los textos se fijan en papel, piel, papiro, tablillas, etc.; la pintura en lienzos, fachadas, murales; la escultura en piedra, mármol, arcilla, madera. La música grabada comenzó a esculpirse en cilindros recubiertos de cera, parafina o de cinc, rollos de papel, discos de ebonita, vulcanita, baquelita, pizarra, vinilo, etc.⁸⁷ Del mismo modo que el estudio de los diferentes medios plásticos ofrece detalles sobre la historia y la estética, la grabación de música representa diferentes estratos procesuales, sociales, tecnológicos e históricos.

⁸⁶ Véase LÓPEZ-CANO, RUBÉN: *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital* (Barcelona, Musikeon, 2018), pp. 45-56.

⁸⁷ *Vid.* ARACIL, ALFREDO Y M.^a SOLEDAD ASENSIO CAÑADAS: *Música mecánica. Los inicios de la fonografía* (Granada: Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 2004).

Y de la misma manera que la escritura ha ejercido un poder inmenso en las sociedades, la llegada de la música grabada ha provocado importantes cambios sociales, culturales, económicos y hasta políticos⁸⁸. Por ello es de obligado cumplimiento estudiar la manera en que los soportes han contribuido a modificar los modos de escucha. El soporte ha perdido su materialidad para convertirse en un flujo de datos virtuales. Si el soporte siempre fue un material que albergaba al continente y al contenido al mismo tiempo, en la era digital de la transmisión por pares y el streaming, el soporte ya no soporta nada, el contenido existe al margen del continente, la música existe al margen del soporte. Dicho de otra manera, si el soporte que en la actualidad se tiende a llamar físico servía como contenedor de un contenido —es decir, la música—, y si tanto la música contenida en él como el propio soporte eran objeto de estudio, con el advenimiento de la música digital, el soporte se ha desmaterializado (al menos aparentemente) y el contenido se ha fluidificado. El contenido solo existe como flujo, como un líquido que discurre por las autopistas de la información y la comunicación.

Uno de los sociólogos que analizó la transformación en las estructuras sociales, la creación y el funcionamiento de las instituciones, los patrones de conducta y los paradigmas éticos de la era posmoderna, fue el sociólogo polaco-británico Zygmunt Bauman (1925-2017). A través de las características de los líquidos, Bauman (2000) describió los cambios sociales acaecidos en nuestras «modernas sociedades líquidas» desde la Segunda Guerra Mundial hasta su muerte. Unas sociedades que adjetivó de volátiles, inestables, deshumanizadas, frágiles, veloces, ubicuas y transitorias. Bauman emplea una interesante metáfora para describir cómo son las sociedades de nuestros últimos cuarenta años:

Los líquidos —dice Bauman—, a diferencia de los sólidos, no conservan fácilmente su forma. Los fluidos, por así decirlo, no se fijan al espacio ni se atan al tiempo, [...], los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla, [...]. Lo que cuenta para ellos es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar: ese espacio que, después de todo, sólo llenan por un momento. En cierto sentido, los sólidos cancelan el tiempo; para los líquidos, por el contrario, lo que importa es el tiempo⁸⁹.

⁸⁸ El mejor ejemplo de los cambios en la política como consecuencia de la grabación proviene de la obligatoriedad de regular los derechos de los autores. Otros ejemplos atañen a la misma ontología de la obra de arte, los medios de difusión, las regalías, la privacidad y la ética del algoritmo.

⁸⁹ ZYGMUNT BAUMAN: *Múltiples culturas, una sola humanidad*, (Barcelona: Katz Editores, 2008), p. 8. Aunque Bauman sí se pregunta sobre lo líquido que hay en el arte en *Arte ¿Líquido?*, (Madrid: Sequitur, 2015), no lo hace en concreto hacia la música como un hecho aislado, no por ello, podemos negarle la paternidad del término y menos aún su fundamento teórico acerca de la metáfora líquido-social.

Esta idea sobre los flujos es trasladada por Bauman a otras múltiples dimensiones sociales como son los flujos de dinero, de personas (refugiados), de información y contenidos, flujos de cultura y hasta el flujo (volatilidad) en el amor.

Así procede el soporte de música hoy en día en eso que llamamos música digital: no conserva su forma ni se fija en el espacio, está cambiando constantemente, lo que interesa es el flujo del tiempo y no el soporte en sí. Un flujo del tiempo que es inmediato, instantáneo y monetizado. Su poder de atracción radica en el acceso a la música, una música que no se fija en el espacio. Una música que es ubicua y transitoria. Desprendernos de lo pesado para viajar livianos y movernos con rapidez es otra característica de las sociedades líquidas descritas por Bauman. Y qué mejor manera de viajar liviano que con una música que no necesita el soporte, que nos libra de su carga y del espacio que ocupa.

Lo que suele ocurrir hoy en día, es que la tecnología se asocia generalmente a procesos electrónicos o digitales tendiendo a olvidar que la mediación es ya en sí un empleo tecnológico. Si la cantidad de mediación pudiera medirse (cuando hablamos de mayor mediación nos referimos a que el número de operaciones y abstracciones en la construcción tecnológica que separan al objeto del sujeto es mayor), podríamos afirmar que las nuevas tecnologías suponen una mediación mucho mayor entre el objeto y el sujeto que el que se daba en los procesos analógicos.

El concepto de tecnología que usamos hoy aplicada a la sociedad de la información tiene ciertas características que se suelen dar por sobreentendidas, cuyas peculiaridades son la instantaneidad, la virtualidad, la fragmentación (discontinuidad) y la individualización, tanto en las prácticas y el acceso, como en los contenidos. De esta manera, la mediación tecnológica aplicada a la música influye a la vez sobre los modos de escucha como práctica, los canales de acceso y la personalización de los contenidos.

Aunque el uso de los diferentes soportes y los diferentes medios de reproducción y acceso definan las condiciones de escucha, es necesaria la suma de una serie de factores diferenciales que nos conduzcan a poder confirmar algo sensato sobre los nuevos paradigmas de percepción. La tecnología y sus aplicaciones potencian determinadas formas de uso y consumo de música, y por lo tanto las formas de escucharla. La tecnología —en el ámbito de su evolución, su desarrollo y sus prácticas— es un factor que potencia o discrimina unos modos de percibir y escuchar la música frente a otros.

Los distintos factores de escucha —léase el espacio físico que ocupa el oyente, el tecnológico, el sociológico y psicológico—, establecen numerosas casuísticas. Así, la música puede escucharse en directo o en diferido, en grupo o de manera individual, con una intencionada

postura atenta o una despreocupada distracción, en reposo o en movimiento, puede darse una escucha lineal o más bien fragmentada, compartida con otros quehaceres diarios, o en el sofá de casa. Como nosotros nos hemos centrado en la música grabada no viene mal recordar que las condiciones de escucha *in situ* y la escucha de una grabación son «fundamentalmente distintas, y condicionan percepciones igualmente distintas»⁹⁰. Los últimos capítulos de la tesis están dedicados a analizar en qué manera la tecnología de la digitalización de la música, junto al cambio de soportes y reproductores, han transformado los tipos aurales preexistentes e incluso han creado nuevos modos de interacción auditiva con sus artefactos, generando otras conductas de socialización e individualización.

Tomemos como ejemplo de la era analógica la repercusión que tuvieron las técnicas de grabación en la música jazz. Con pocas excepciones, el jazz en sus inicios fue conocido en Estados Unidos y Francia casi exclusivamente a través de grabaciones. Los conciertos en vivo programados en pequeños clubes no estaban destinados al consumo de masas, pero sí lo estuvo la distribución de grabaciones procedentes del directo o del estudio. Uno de los principales problemas para la difusión del jazz en vivo consistió en que se trataba de un estilo cuyo núcleo estuvo concentrado en unas pocas ciudades de Estados Unidos durante sus primeros años. Solo más tarde es cuando llegó a otros rincones del planeta, pero siempre gracias a la distribución de grabaciones. Grabaciones que los propios músicos usaban para memorizar patrones, lenguajes y estructuras de improvisación.

Las limitaciones tecnológicas de los estudios de grabación mecánica obligaban a recurrir a estrategias improvisadas e insólitas según casos. Los sonidos de teclado, el bombo, la caja o la tuba ofrecían serios problemas, con lo que muchas veces fueron sustituidos por otros instrumentos, artefactos o aparatos de lo más diverso. El banyo, por ejemplo, obtenía mejores resultados en las grabaciones mecánicas que cualquier teclado u órgano. Los golpes de cencerro, *sticks*, golpes de aro en la caja y golpes en los laterales de los timbales, sonaban mejor al ser registrados que muchos otros golpes “naturales” de la batería. Otra importante limitación vino dada por los problemas de espacio (y por lo tanto de tiempo) en los discos de 78rpm, con lo que muchos estándares y canciones tuvieron que acortar el número de solos para adaptarse al formato. Por ello, la mayoría de los oyentes de música jazz grabada no oyeron las mismas estructuras ni improvisaciones que sonaban en las salas y los clubes, sino adaptaciones limitadas por los medios de grabación disponibles⁹¹.

⁹⁰ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 172.

⁹¹ Véase, KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), pp. 80-93.

Algo similar ocurrió con el vibrato de los violines en las grabaciones de música clásica. Este recurso en la cuerda se convirtió en la solución más inteligente a una serie de incómodos problemas tanto en las grabaciones mecánicas como en las eléctricas a partir de 1925. Según el profesor Mark Katz en su libro *Capturing Sounds*, el vibrato fue la solución más eficaz a estos problemas durante las primeras décadas del siglo XX, ya que satisfizo las limitaciones de los equipos de grabación, ocultó problemas de desafinación que se hacían más patentes en las grabaciones que en los conciertos en vivo, y permitió suplir parte de la carencia visual del lenguaje corporal y dramático que ofrecía el concierto en vivo. La carencia visual del fonógrafo haría del vibrato una especie de sello de identidad usado como marca personal auditiva que ayudaba al oyente a identificar al intérprete con la simple audición⁹².

Sirva como último ejemplo la eliminación de la estrofa introductoria en las canciones de música popular en torno a 1930 como consecuencia de las limitaciones del disco de 78 rpm, o del ritmo apremiante de la programación radiofónica que obligaba a recortar las obras⁹³.

La conclusión que podemos extraer de estos tres ejemplos es que la tecnología es importante porque en ocasiones obliga a tomar decisiones que cambian el rumbo de la producción, distribución, consumo y escucha de la música. También porque estas decisiones pueden tener efectos directos en las técnicas de interpretación sobre la música en vivo —como ocurrió con el vibrato del violín a comienzos del siglo XX y que se mantiene hoy, a pesar de su lógica evolución—, transformando incluso las estéticas interpretativas y compositivas. Estas urgentes secuelas de las prácticas tecnológicas de la grabación han alterado las formas de escucha y los modos de aproximación a la música. Y es que las grabaciones nos permiten estudiar cambios en las estéticas interpretativas y las técnicas a lo largo de la historia de la fonografía, tales son el vibrato, los *tempi*, la articulación y el rubato. También permiten el análisis de obras interpretadas o dirigidas por los propios compositores. Esto no quiere decir que deban tomarse estas ejecuciones a pies puntillas, sino que ofrecen información muy importante para la historia de la interpretación y la recepción, y por supuesto para la propia historia de la grabación. No solo las grabaciones nos ayudan a conocer la evolución de determinadas prácticas interpretativas. Algunas grabaciones por sí mismas generaron cambios estéticos y técnicos importantes, ayudando a crear y sobre todo difundir nuevas modas o gestos interpretativos. Así, mediante las grabaciones se ha llegado a la conclusión de que el vibrato ha reducido su número de vibraciones a lo largo del siglo XX, pero que, sin embargo, también se ha generalizado en las cuerdas y las

⁹² *Ibid.*, pp. 94-108.

⁹³ FABBRI, FRANCO: “La canzone” en NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001), pp. 560-561

voces, y se comienza a usar en los vientos, algo que no ocurría a comienzos del siglo XX. El rubato ha tendido a ser más tenue, así como los portamentos en las voces y las cuerdas. De esta manera, las grabaciones nos ofrecen con detalle una información que sería imposible de conocer por otros medios. Todos estos dilemas epistemológicos referentes a la fonografía pertenecen al campo de la discología, esa neófito ciencia auxiliar de la musicología de la que podemos destacar dos corrientes de trabajo: la alemana, lugar de donde surge este interés de la mano de Erich Valentine con su trabajo *Diskologie: Wissenschaft von der Schallplatte* (1961); y la rama anglosajona con Robert Philip como mayor exponente gracias a su libro *Performing music in the age of recording* (2004) publicada por Yale University Press. Cabe destacar el trabajo más reciente de Martin Elste, *Von der Partiturnwissenschaft zu einer Klangwissenschaft: Überlegungen zur Schallplattenforschung*, publicado por en 1987 por el Instituto Estatal de Investigación Musical del Patrimonio Prusiano. No puedo dejar de citar el ya referente trabajo *The Cambridge Companion to Recorded music* (2009) editado por Nicholas Cook, Eric Clarke, Daniel Leech-Wilkinson y John Rink.

En 1982, poco antes de morir y dejando su último ensayo inacabado, el filósofo, sociólogo e historiador francés Michel Foucault advertía sobre la importancia de lo que llamó las «tecnologías del yo», entendidas como aquellas que permiten a las personas realizar por sus propios medios o con ayuda de otros un cierto número de operaciones en sus cuerpos, pensamientos, ánimos, conductas y formas de ser, para transformar y alcanzar un cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría, perfección o inmortalidad⁹⁴. Foucault viaja a través de la historia de la tecnología analizando sus mecanismos de transmisión y su evolución desde la Antigüedad hasta el presente. El marco teórico de Foucault es lo que más nos interesa especialmente. La teoría sobre las tecnologías del yo serán objeto de análisis años más tarde por la socióloga de la música Tia DeNora⁹⁵. El objeto de DeNora es demostrar de qué manera la tecnología puede configurar modelos de interacción social, subjetividad y de experiencias individuales de la cultura y de la música en particular, así como su poder para la construcción de identidades. La teoría sobre las tecnologías del yo nos es de utilidad para reforzar nuestra tesis sobre los modos individualizados de escucha que veremos más adelante. Un modo de escucha que se ha visto favorecido por el uso de determinadas tecnologías digitales durante el último lustro del siglo XX.

⁹⁴ FOUCAULT, MICHEL: “Technologies of the self”, en MARTIN, LUTHER, HUCK GUTMAN y PATRICK HUTTON (eds.), *Technologies of the self: a seminar with Michel Foucault*, (Londres, Tavistock, 1988).

⁹⁵ Uno de los mejores ejemplos actuales sobre la tecnología del yo es el selfi fotográfico. Véase DENORA, TIA: “Music as a technology of the self”, *Poetics* 27 (1), 1999, pp. 31-56.

Para Foucault, además de la autonomía individualista y el acento depositado en el hombre hedonista del periodo que estamos estudiando, las tecnologías también serán elementos que entran dentro del campo de la dominación. Una idea que aparentemente puede parecer una distopía a comienzos de 1980 y que podría ser por su procedencia neomarxista, es ya una realidad demostrable. La constante conectividad de nuestras vidas a las redes del ciberespacio nutre tanto a los Estados como a las grandes corporaciones y empresas multinacionales, de información privada, suculenta y privilegiada sobre cada uno de los individuos conectados⁹⁶. Todos nuestros datos son almacenados en la *big data*, manejados, vendidos a empresas secundarias, a publicistas y especialistas en marketing para ser estudiados y analizados organizando enormes campos de dominación privada o estatal. La tecnología se ha convertido, siguiendo a McLuhan, tanto en el mensaje como en el medio, y ambos tienden a ser usados, como lo expresaba Foucault, como medios de dominación⁹⁷.

McLuhan afirmó que el medio usado para la transmisión del mensaje crea una relación simbiótica entre el mensaje y el medio en la que el mensaje puede llegar a ser modificado precisamente como consecuencia de esta relación. Como ya hemos dicho anteriormente la expresión “el medio es el mensaje” pone el foco de atención en el medio por sí mismo como transformador de la sociedad. El medio vierte información sobre las características de su manejo y las consecuencias de su uso. En este sentido, el medio usado para la transmisión de la música grabada, así como los medios usados para su reproducción y su acceso, son un testimonio esencial a la hora de definir y explicar cómo se comportan nuestras sociedades.

Las necesidades tecnológicas, su diseño, construcción-elaboración, su comercialización y sus usos, los discursos en torno a ella, contribuyen en la gestión de nuestros modos de hacer, articular y pensar tanto en sociedad como individualmente. Por ejemplo, el uso de un determinado soporte o reproductor de música compromete determinados prácticas y hábitos de escucha al tiempo que arroja información sobre las características relativas al desarrollo económico, tecnológico, social y cultural de los individuos y las sociedades que los manejan. Sirva como ejemplo el análisis de datos de las ventas de soportes desde el año 1991 hasta el 2008 del que podemos extraer algunas conclusiones en cuanto a los diferentes perfiles de escucha.

En el gráfico 3 podemos fijar un punto de inflexión en la venta de soportes mundiales. En los nueve años anteriores al año 2000 el incremento total de soportes es lento, aunque

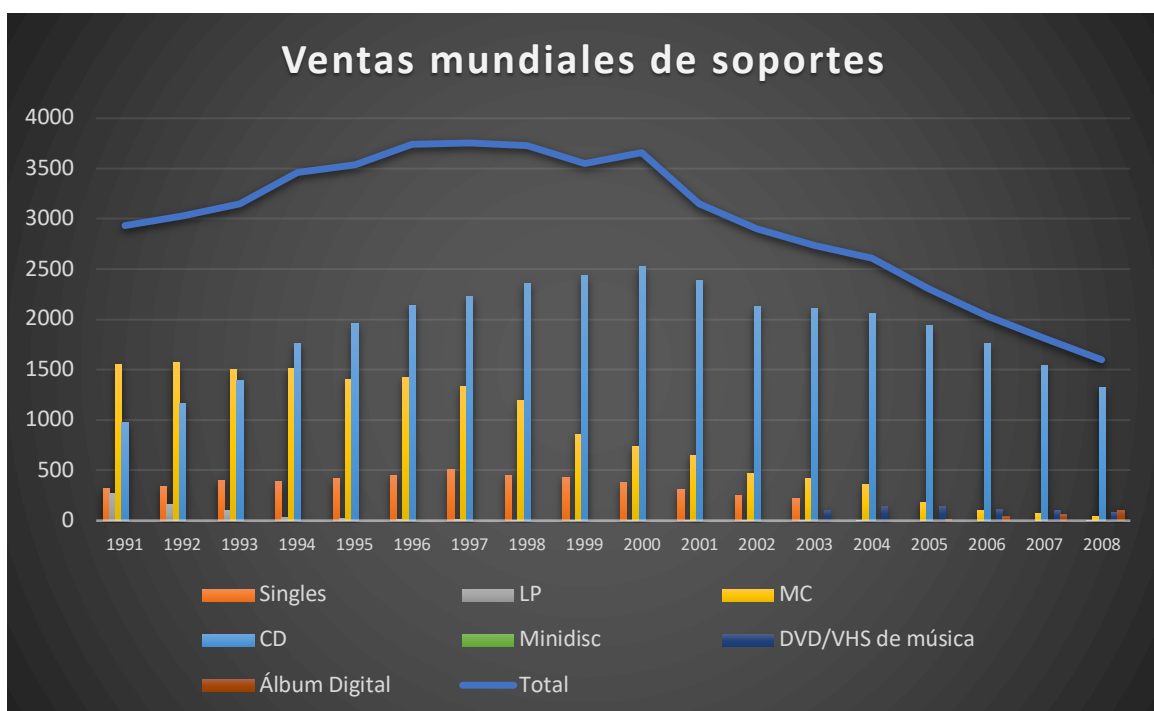
⁹⁶ Los sistemas de vigilancia empleados por proveedores y buscadores de servicio son desarrollados en el apartado 7.2.3. *Vigilancia Líquida*.

⁹⁷ El tema de la vigilancia se desarrolla profusamente en el apartado 6.1.2. *La escucha panóptica o la vigilancia líquida*.

progresivo. Por el contrario, en los ocho años posteriores el descenso es acusado, llegando en el año 2008 a poco más de la mitad de los soportes vendidos con respecto al año 1991. Entonces, ¿qué ocurrió en torno al año 2000 para que se produjera esta brecha? ¿Qué pasó para que se quebrara la tendencia ascendente en la venta de soportes? ¿Qué produjo la casi desaparición de las cintas de casete y los *singles*? Fueron varias las causas, pero podemos señalar algunas de ellas que tuvieron que ver con la tecnología: por ejemplo, con la informatización de los hogares, con la llegada del CD, con la digitalización de los soportes, con la revolución del MP3 que supuso la compresión de los formatos de audio, con la proliferación de las redes de pares desde el año 1999, y con el desarrollo y la implantación de las plataformas de streaming como modelo de escucha desde el 2007.

Aunque parezca precipitado, una primera conclusión es que la tecnología es capaz de desplazar, eliminar o amparar determinadas estructuras culturales y del consumo del ocio. Sin embargo, una vez más recalcamos, que, aunque tenga semejante poder, no lo hace por sí misma. No es la tecnología un factor determinante, sino condicionante.

Gráfico 3. Ventas mundiales de soportes en millones de unidades. Periodo 1991-2008



Fuente: elaboración propia a partir de varios anuarios SGAE
Unidad: millones de unidades vendidas.

No tendrá mucho sentido hablar de los modos de escucha digitales si no tenemos en cuenta, al menos en parte, cómo se escuchaba la música antes de 1980. Para investigar sobre los modos

de escucha actuales pienso que debemos conocer las formas pretéritas de percepción, los de la era analógica y los anteriores a la grabación. Son varios los trabajos que tratan la historia de la fonografía hasta la era digital, aunque aquí queremos destacar los trabajos que hacen hincapié no solo en los aspectos tecnológicos sino en los sociales. Algunos de esos trabajos, con los que esta tesis está en deuda, están firmados por Jonathan Sterne (*The audible past*, 2003), Emily Thompson (*The sonscape of modernity*, 2004), David Suisman (*Selling sound*, 2009), Mark Katz (*Capturing sound*, 2010) y Thorau y Ziemer (*The Oxford Handbook of Music Listening in the 119th and 20th Centuries*, 2019). No obstante, hay que destacar la poca bibliografía dedicada a la escucha como práctica en sí misma.

La capacidad de cambio de la tecnología y sus derivas en los campos sociales y culturales, suelen ser vistas por la academia desde muy diferentes perspectivas. Por un lado, están quienes las llaman tecnologías de la separación (Bull, 2007: 28) pues observan un aumento en la individualización de las prácticas y una mutación en los hábitos de escucha. Otros ven en la tecnología un medio de integración dadas sus posibilidades de socialización y su alta capacidad comunicativa (Sherry Turkle, 2015). Están quienes defienden que las tecnologías de las últimas cuatro décadas han deshumanizado al hombre (por ejemplo, Bauman hablaba de confesionarios portátiles para referirse al empleo de las redes sociales con los teléfonos móviles). Por último, están quienes advierten de los peligros que desencadena el control mediante el uso de tecnologías digitales, sobre todo de la inteligencia artificial y de algoritmos capaces de aprender por sí mismos (Castells, 1997, 2004, 2009; Bauman, 1998; U. Beck, 1997; J. Bridle, 2020; Lipovetsky, 2007, 2011, 2015; V. Moraes *et al.*, 2013; M. Peirano, 2019; J. Rifkin, 2009).

Entendida la música grabada dentro de la producción y el consumo de masas pueden observarse tres periodos de unos treinta años cada uno, claramente definidos en cuanto a sus desarrollos tecnológicos:

- 1) De 1920 a 1950: la producción en masa de fonógrafos, gramófonos y auge de la radio.
- 2) De 1950 a 1980: radio transistor, el vinilo (*long play*), televisión y radio comercial privada.
- 3) Desde los años ochenta hasta 2010: digitalización de la música en soportes como el CD, compresión del formato de audio mediante el formato MP3, y ya en la primera década del nuevo milenio el *streaming*.

No es casualidad que la división propuesta por el sociólogo Gilles Lipovetsky cuando analiza el capitalismo de consumo en su libro *La felicidad paradójica*, coincida prácticamente de lleno

con estos tres periodos de la producción de la tecnología musical de masas. Lipovetsky divide el capitalismo de consumo en tres periodos: 1) de 1880 a la Segunda Guerra Mundial; 2) de 1950 a finales de la década de 1970 y; 3) de 1980 hasta al menos la fecha en la que escribe su libro en el año 2006.

Aunque veremos la escucha de la música desde el siglo XIX hasta el presente, la cronología de la última parte de la tesis coincide con la tercera fase del consumo de masas y con la tercera fase propuesta por Lipovetsky para el capitalismo de consumo. La etapa dedicada a la música digital puede a su vez dividirse en tres periodos no como bloques independientes sino con características específicas que delinear nuestros modos de escucha modernos. Siguiendo la misma metodología centrada en los desarrollos tecnológicos, la era digital podría dividirse en:

- 1) la era de los soportes físicos digitales (1983-1995)
- 2) la era del MP3 (1995-2005)
- 3) la era del streaming (2005- hoy)

A pesar de que el concepto de lo digital aplicado a la música ha cambiado su significado durante estos tres periodos, la música grabada y distribuida por procedimientos digitales ha tendido a ser vista y tratarse en general bajo un mismo paraguas con el objeto de diferenciarla de la música analógica⁹⁸. Estos conceptos en torno a la música digital corresponden a lo que consideramos tres importantes revoluciones digitales en las que no solo se adoptan nuevos modos de entender lo digital en la música, sino en las que se asumen soportes y formatos inéditos (MP3) a la vez que nuevos modos de interactuar, producir, distribuir y consumir la música.

El disco compacto

El disco compacto abrió el camino a la era digital de la música. Hubo una progresiva renuncia a la variedad de componentes tecnológicos de alta fidelidad analógicos en favor de un único modo de reproducción digital, el láser. El exigente, pero atractivo ritual del LP desaparece en

⁹⁸ Desde que nace la grabación digital, allá por el año 1972 cuando Denon experimentaba con el DN-023R, el concepto de digitalización en la música ha ido amoldando sus significados a las circunstancias. Primero fue aplicado a los sistemas de grabación de finales de los setenta. Durante los primeros años de los ochenta, lo digital estuvo asociado a todo aquello relacionado con el proceso de conversión analógico/digital, especialmente al CD. El concepto se fue transformando a medida que se incorporaban nuevos modos de distribución, acceso y desarrollos tecnológicos en la música digital. Cuando el CD se consolidó como principal soporte de mercado a finales de los ochenta pasó a llamarse simplemente “disco”, arrebatando esta nominación al LP (una denominación que ostentaba desde mediados del siglo XX, pero que este a su vez había arrebatado a los discos de gramófono de Berliner). En la segunda fase digital y que podríamos llamar la era del MP3, se identificó lo digital con el flujo y la descarga, con los sistemas de pares y las primeras plataformas de pago de música online que aparecen en 1999. El último uso del término digital está vinculado al éxito de las plataformas de streaming y la música que llamaremos líquida. Más aún, el término digital tiende hoy a identificarse casi exclusivamente con la música transmitida por internet.

los ochenta al imponerse el CD. La calidad de escucha tendió a neutralizarse y banalizarse, eliminando el tradicional ritual de preparación de la escucha analógica en el hogar. Este primer periodo digital comprende: la sustitución de la grabación y la reproducción analógica por la digital; la copia exacta casera sin pérdida de señal (que no supuso la desaparición del vinilo ni de la cinta de casete); la eliminación de rituales asociados a los componentes analógicos (grabación de doble pletina, mejoras en los tocadiscos); un oyente que todavía sigue interesado en los equipos de alta definición.

El canon de música clásica sigue su curso natural durante los primeros años del CD, aunque en los noventa se introducen repertorios nacionales que recogen música de compositores oriundos interpretados por músicos también nacionales. Hay que señalar un aumento de grabaciones de repertorios antiguos poco o nada transitados. Se recuperan y reeditan grabaciones de la era del vinilo e incluso anteriores a 1950. El CD fue presentado —en un momento de crisis según la industria del disco— como una excelente oportunidad para ampliar el catálogo fortaleciendo el canon de obras. La repetición del famoso corpus canónico —que comprende el repertorio que va desde finales del siglo XVIII y todo el siglo XIX— podría ser vista en este sentido como un motor para la reconstrucción hegemónica cuya discursividad próxima a la burguesía, legítima un orden dominante que ve peligrar su autoridad cada vez que asoman nuevos modelos de consumo y de cultura que tienden a la democratización. No es la primera vez que esto ocurre. Tal vez por ello, la experiencia de la música clásica con el mundo digital haya resultado tener un carácter más conservador, o al menos no tan fructífero si se compara con otros géneros pertenecientes a la cultura popular.

Aunque surgieron nuevos modos aurales que facilitaron la portabilidad y la emancipación del oyente de su entorno doméstico, los tradicionales rituales de compra del soporte y los modos de escucha siguen vivos durante los primeros años de la era digital. La dictadura impuesta en la programación radiofónica comienza a ser sustituida por una escucha personalizada e individual, sobre todo entre los jóvenes de los años ochenta. La personalización y el aislamiento en la escucha todavía no formaban parte de las convenciones del paisaje urbano. Ni tan siquiera estaba aceptada la escucha privada en público pues era considerada una falta de respeto. Este cambio auditivo vendría definitivamente de la mano, no solo de la libertad que ofrecía el Walkman, sino junto a los cambios sociales tendentes a la subjetivación, la individualización, el hiperconsumo y las recomendaciones de escucha personalizadas del streaming. A pesar de las promesas de ubicuidad, instantaneidad y personalización de la música del auricular, el éxito de la música portátil tuvo que esperar dos décadas más, la de los noventa y la de la primera década del siglo XXI. Fue la aparición del MP3, el iPod y los reproductores de MP3 portátiles quienes

instituyeron definitivamente la cultura del auricular tan ansiada por Akio Morita, el creador del Walkman y CEO de Sony.

El oyente más joven de la primera fase digital tomará conciencia del poder que las nuevas tecnologías ofrecen a su entorno aural, asumiendo lo digital de buen grado, a pesar de existir un bloque de críticos que se mostraba reacio, un grupo de apocalípticos que defenestraban el frío y distante sonido del disco compacto⁹⁹.

El alcance global de la tecnología musical de esta primera fase abarca la masificación de sistemas como el disco compacto, la cinta de casete digital, el minidisco y otros experimentos digitales de soportes y reproducción del sonido. En algunos países europeos, en la parte de Asia más desarrollada y en América del Norte, la globalización de la escucha portátil superó rápidamente el escollo de las convenciones culturales y educacionales en donde la escucha privada en espacios públicos comenzaba a dejar de ser mal vista.

La tecnología musical de las dos últimas décadas del siglo XX experimentó un desarrollo superior al del resto del siglo. La inversión en investigación de la industria tecnológica seguía creciendo de la misma manera que aumentaba el interés por seguir ofreciendo soportes alternativos al CD.

El modelo comercial de la industria discográfica de compra del soporte comenzará a declinar justo cuando el MP3 adquiere popularidad y versatilidad en torno a 1995, preparando el camino a la segunda gran revolución digital de la música.

El MP3

La era del MP3 multiplicó los modelos de escucha portátil como consecuencia de la ubicuidad que había procurado el Walkman primero, y más tarde del iPod y los MP3 portátiles. Surge una feroz competencia entre proveedores por ofrecer la máxima velocidad en las comunicaciones. Una carrera por abrir espacios para el flujo de *bytes* gracias a un aumento notable en el ancho de banda y la infraestructura de auténticas autopistas virtuales de la comunicación. Algunos usuarios llamados “piratas” por la industria y los medios de comunicación, también compitieron por acumular archivos de audio descargados de las redes P2P. Archivos que se

⁹⁹ Véase como ejemplo: OROZCO, ALFREDO: “Informe sobre el Disco Compacto”, *Ritmo*, 1984, N°. 541, febrero, pp, 48-51; «El sonido le parece frío, sin emoción y en escucha prolongada produce aburrimiento. No hay ecos ni murmullo, todo parece “plastificado”. Existen grandes diferencias entre unas grabaciones en CD y otras. En un equipo de alto nivel se oye mejor el disco negro que el CD [...] en un equipo modesto, no añade ningún elemento de mejora, no es la panacea para transfigurar un equipo mediocre o corriente».

almacenaban en unos ordenadores que funcionaban a pleno rendimiento día y noche. Una práctica que sería rápidamente legislada y considerada ilegal.

La segunda revolución digital, que va del MP3 a la adopción del Streaming, con la compresión del sonido en formatos sin pérdida, se abandona definitivamente el gusto por la calidad del sonido en favor de un deseo afanoso por la descarga y la acumulación. El álbum conceptual, que había nacido gracias al *long play* en los cincuenta, se fragmenta en pistas sueltas, con lo que se vuelve a prácticas anteriores a 1950. Unas prácticas que recuerdan los discos de 78 r.p.m, unos discos cuyo principal problema antes de 1950 radicaba en el reducido minutaje de los soportes¹⁰⁰. Más tarde, las plataformas de *streaming* empoderaron la canción sobre el álbum, como veremos en el apartado dedicado a la atomización de la escucha. Y aunque la fragmentación no haya sido algo exclusivo de la digitalización, fueron con el MP3, las redes de pares y el streaming los que sembraron un universo musical de escucha fragmentada y puntillista.

El audio comprimido revolucionó los modelos existentes de producción, distribución y adquisición de música grabada desde alrededor del año 1995, fecha considerada por Stephen Witt como el inicio en el uso masivo del formato¹⁰¹. El MP3 no fue tomado en serio durante sus primeros años, todo lo contrario. Su mayor inconveniente era que requería de una conexión a internet. Pero las ventajas en su fácil manejo, junto al fuerte desarrollo de la informática y la amplitud en el ancho de banda, abrieron nuevas puertas al flujo, a la compartición y a la descarga. No fue hasta 1998 cuando fue tomado en serio, incluso considerado altamente pernicioso para los intereses de la industria.

Surgió un nuevo tipo de piratería de música, difícil de controlar por una industria que presionaba a los Estados para que se dieran prisa en regular los derechos de propiedad. Pero con la excusa de defender los derechos de autor y la copia ilegal también pretendían proteger sus propios intereses comerciales. Recuperar el control físico de la música se convirtió en una pesadilla para la industria del disco.

Sin embargo, el soporte dejará de ser paulatinamente el modelo de negocio de la industria por dos motivos: primero porque el MP3 se imponía en las redes de pares, y en segundo lugar

¹⁰⁰ Con la diferencia de que antes de 1950 el problema radicaba en la poca capacidad de los soportes.

¹⁰¹ A diferencia de Stephen Witt, que toma como fecha oficial del MP3 el 20 de enero de 1995, Jonathan Sterne establece el éxito del MP3 a partir de 1997 y toma en cuenta la entrevista que mantuvo con Karlheinz Brandenburg, quien consideraba 1997 como la fecha del auténtico fenómeno masivo del MP3 en internet. Para una breve historia del MP3, véase STERNE, JONATHAN: "How the MP3 became ubiquitous" en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 1 (New York, Oxford University Press, 2014), pp. 37-54; y WITT, STEPHEN: *Cómo dejamos de pagar por la música. El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería* (Barcelona: Contraediciones, 2016). Nosotros preferimos la fecha 1995 ya que Witt la justifica en torno al inicio de la temporada de Hockey americano después de una huelga en la que se comenzaron a usar los MP3 para los efectos y música en los campos de hockey y cuyo efecto tuvo consecuencias en el uso masivo en Estados Unidos. Por su parte, Sterne se limita a tomar las declaraciones de Brandenburg.

porque el mercado tradicional basado en el capitalismo industrial centrado en el comercio del objeto había comenzaba a flaquear en los ochenta en favor de un capitalismo cultural cuyo eje se basaba en el acceso inmediato. La compra y adquisición del soporte físico dejará paso así a un modelo centrado en un acceso cada vez mayor en cuanto a contenidos, velocidad, inmediatez y ubicuidad. Con todo y ello, en esta segunda fase digital de la música todavía será imprescindible poseer el archivo de audio como un objeto que se obtiene a través de la descarga.

La sincronización y la coordinación entre ordenador y reproductor portátil de MP3 llegó a un punto en el que aún mantenía vivo un ritual, esta vez de descargas, de elaboración de listas de reproducción y de trasvase de archivos del disco duro del ordenador al reproductor. Los anaqueles repletos de discos pasaron a ser consideradas fonotecas más que colecciones. Se impuso la capacidad de los discos duros, la manejabilidad, el intercambio y la inmaterialidad. La velocidad de la descarga será valorada y cuantificada, y los programas de intercambio de pares ofrecerán un universo de música gratuito con el modelo Napster marcando el camino desde 1999. El ordenador personal se convertirá en el principal sistema de gestión doméstica de música para la subida, la descarga, el archivado y la organización de la biblioteca digital de música.

Al ser el MP3 un formato comprimido, se abandonaron paulatinamente los rituales de una escucha de alta calidad que venían dándose al menos desde la era del disco de vinilo y los tocadiscos, allá por el año 1948. El álbum, que ya había comenzado a descomponerse en popurrís caseros con el uso de la cinta de casete y la doble pletina grabadora, acelerará este proceso al amparo de una ingente cantidad de música fluyendo por el ciberespacio. La facilidad en su manejo, la compilación de MP3 en discos compactos, las cada vez más dilatadas autopistas de la información y una sociedad altamente informatizada acelerarán todavía más la fragmentación.

Surgen los primeros reproductores de MP3 en los dos últimos años del siglo XX que, a pesar de ser grandes, caros, pesados y con poca memoria de almacenamiento, acentúan el modelo de escucha portátil. Un mérito absorbido por la llegada del pequeño iPod de Apple a partir del año 2001 y la inmensa gama disponible de reproductores de MP3. La búsqueda de aquella cultura del auricular iniciada con el Walkman en los ochenta, merced a Akio Morita, dejará de ser un simple sueño para convertirse en práctica habitual, aunque Morita nunca llegará a vivir esta revolución ya que muere en 1999. Escuchar música en el Walkman fue sobre todo una práctica juvenil, pero ya con el iPod y el MP3 portátil en la década del 2000, la cultura del auricular se extenderá a casi todas las franjas de edad¹⁰².

¹⁰² La sociología moderna tiende a explicar estas prácticas como un cambio en la actitud de los adultos que comienzan a participar del juego lúdico antes reservado a los adolescentes y niños: consolas, juegos para mayores

A finales del siglo XX surgen las primeras empresas destinadas a la venta de música online (MusicNet y PressPlay) cuyo modelo de negocio culminará en iTunes de Apple. Un modelo que triunfaría en los primeros años del siglo XXI. Así da comienzo una nueva cultura que exhorta al oyente al acceso ubicuo y omnipresente que acabó en el modelo de streaming actual.

En esta segunda fase de la digitalización, la cultura del auricular arraiga definitivamente en los núcleos urbanos y entre los más jóvenes, con una escucha altamente individualizada. Emerge la necesidad de la inmediatez y la portabilidad de la música, aspectos observados y explotados por el comercio tecnológico. Apple, o mejor, Steve Jobs y su iPod, recogió el legado que Sony había dejado en su exitoso Walkman. Jobs siempre se preguntó cómo una compañía multinacional como la japonesa, dedicada desde mediados del siglo XX a la industria del sonido y la música portátil, no fue capaz de prever el futuro de la música digital y de la escucha portátil, dejándose pasar la oportunidad de inventar un aparato que reprodujera MP3.

La escucha portátil apuntaló su estructura definitivamente, pero también fragmentó la escucha y constriñó los rituales de los oyentes. La escucha del auricular convirtió al oyente en un individuo solitario y aislado del resto de habitantes de la urbe, inmersos en sus propias «burbujas sonoras» (M. Bull). La vía pública y los transportes urbanos se llenan de auriculares que sirven para advertir a quienes están cerca que no deben molestar, “*do not disturb, please*”. Los ruidos urbanos y la incomodidad de tener que atender a los conciudadanos son mitigados en la soledad de la escucha, emancipando al oyente de su entorno cívico y social más próximo. La hiperindividualización (Lipovetsky) y la personalización y etiquetado de los contenidos en la actual era del streaming recogió lo sembrado en estos cambios de comportamiento de la segunda fase de la digitalización de la música.

Durante las dos primeras fases de la digitalización, la industria discográfica aún mantuvo su modelo de negocio centrado en la venta de discos físicos. A pesar de que siempre ha sido propensa a hablar de crisis —como cuando a finales de los setenta aludieron a una brusca caída de ventas de vinilos y cintas de casete como consecuencia de la falsa promesa de que la música disco aumentaría las ventas, o como cuando asumieron la pérdida de beneficios que acarrearía la grabación casera en cintas—, la llegada digital al mundo de la industria de la música fue reconducido a la reedición de grabaciones analógicas en formato CD. A pesar del descontento de la industria, la última década del siglo XX experimentó el récord histórico de ventas al

de dieciocho años, escuchar música en la calle con auriculares, etc. En este sentido se produce una infantilización del adulto. Véase BAUMAN, ZYGMUNT: *Vida de consumo* (Madrid, Fondo de Cultura Económica de España, 2016, [2007]); BAUMAN, ZYGMUNT: *Los retos de la educación en la modernidad líquida* (Barcelona: Gedisa, 2005); BAUMAN, ZYGMUNT: *Modernidad Líquida* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002 [2000])

explotar el atractivo que suponía la inmersión de la música en la modernidad de la era digital. Ese mercado centrado en el reemplazo de colecciones de discos de vinilo por CD en la música clásica se agotó definitivamente en torno al año 2000, y con ello, una parte sustancial de los beneficios de la industria. Será en la tercera fase de la digitalización de la música cuando los sellos no tuvieron más remedio que adaptarse y rediseñar sus modelos de distribución. Hay incluso quien llegó a pensar que aquello pudo ser consecuencia directa de la guerra iniciada por establecer un único soporte de audio en los ochenta o una falta de consenso y de apoyo al CD.

El descenso en las ventas de soportes físicos tuvo como verdugos al sistema de descarga de pares y la informatización de los hogares, pues estaban cambiando la manera en que la gente adquiría y escuchaba música. Las protestas de la industria provienen de largo y son varias las épocas en que se avisó de estar o al borde de la quiebra¹⁰³. Los ecos del último lamento en los noventa resonaron con fuerza hasta bien entrada la primera década del nuevo siglo. En realidad, nunca dejaron de quejarse cada vez que sus ingresos no cubrían las expectativas de beneficio de sus cargos ejecutivos. Sin embargo, con el auge del MP3 y las redes de pares sí que tuvieron motivos para estar preocupados. No ya tanto por el margen de ganancias como por la pérdida en el control absoluto de la distribución de música por primera vez en la historia. Tan solo cuando las redes de pares convirtieron los discos duros de todo el planeta en vertederos de MP3 y cuando surgieron modelos de escucha online, fue cuando la industria se dio cuenta realmente del problema, sólo que ahora no temió exclusivamente por el margen de beneficio, sino por su propia razón de existencia.

La década 1995-2005 fue testigo de un nuevo paradigma social y de sistema capitalista de producción. Los años finales del siglo XX y los primeros del siglo XXI albergaron lo que Jeremy Rifkin llamó «capitalismo cultural», basado en el acceso a los contenidos y las experiencias, que soterraba definitivamente el modelo capitalista industrializado que había emergido a finales del siglo XVIII. Serán años en los que el deseo de tener objetos físicos pasará progresivamente a ser sustituido por un deseo de acceso, la inmediatez, la ubicuidad y la ausencia de cargas físicas en lo que Bauman llamó «viajar ligero de equipaje». Acceso a la música, el cine, la información, las noticias, los vídeos, las telecomunicaciones. Acceso como sinónimo de alquiler, renta o suscripción, como una especie de paso a nivel con barrera que da vía libre a quien pague el tributo. El prepago de una cuota mensual preferiblemente de tarifa plana que abre las

¹⁰³ Doug Morris, director ejecutivo de Warner Music Group, la empresa musical más rentable de Estados Unidos, ganaba unos diez millones de dólares anuales en torno a 1995. A pesar de vivir momentos de incertidumbre y vivir una auténtica crisis, en el año 2005, Morris pasó a ganar catorce millones de dólares. Véase WITT, STEPHEN: *Cómo dejamos de pagar por la música. El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería* (Barcelona: Contraediciones, 2016), p. 47 y 208.

puertas a un completo universo mediático virtual. La mercancía no será ya el soporte que da acceso a la música, al soporte como objeto, sino al acceso que da entrada a una música vivida como experiencia.

La progresiva desmaterialización de la cultura se cultiva en esta segunda fase. El monopolio de las discográficas en el negocio de la música tendrá que ser compartido ahora con los proveedores de servicio y las plataformas de pago, que acuden gustosas al festín autoproclamándose salvadoras de un negocio que recupera el control de la música. El oyente pasará a llamarse usuario: primero porque pagaba por una descarga de archivos sueltos (descarga que será necesariamente ahora legal y regulada), y luego porque paga por la suscripción que le da acceso a un mundo infinito de música. Sirva como corolario a lo que hemos explicado sobre el acceso, la siguiente frase de Jeremy Rifkin: «En una red pura, proveedores y usuarios sustituyen a vendedores y compradores y el acceso al uso de los bienes en segmentos amplios de tiempo sustituye al intercambio físico de mercancías»¹⁰⁴.

Salvando los primeros años del fonógrafo de Edison, la grabación de la música consistió siempre desde sus orígenes en la conversión de lo intangible de la música en un objeto mercantilizable. La música debía ser embalada para su transporte, en donde el embalaje es el soporte y el transporte la distribución a través de diferentes medios y agentes. Estos medios de distribución han ido cambiando a lo largo de todo el siglo XX y el XXI, desde los cilindros de cera, los discos de pizarra o laca, la radio, las pruebas de tono, el casete, el vinilo, el CD, Internet y el *streaming* contemporáneos. Pero con la llegada de la música líquida se dio una vuelta a la intangibilidad de la música ya que con ella su distribución se realiza sin soporte. Lo que ya no garantiza la distribución de la música en internet es el embalaje, sólo garantiza el contenido.

Sin embargo, el relato sobre la inmaterialidad de la música siempre ha obviado conscientemente al primer sistema de transmisión sin soporte, la radio. Muchos de los anuncios de Spotify se refieren a la inmaterialidad de la música, aunque siempre “olviden” citar la radio. A pesar de que a finales del siglo XX, cuando aparecen los primeros experimentos de suscripción que trataron a la radio como una dictadura que imponía unos tiempos y unas músicas determinadas, hay que recordar que la radio siempre ha aliviado a los oyentes del peso del embalaje. En contra de la supuesta democratización y libertad que ofrece el *streaming*, las plataformas han querido ver solo la imposición de las modas y los gustos de la radio¹⁰⁵. Y, sin embargo, como veremos

¹⁰⁴ RIFKIN, JEREMY: La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis (Barcelona, Paidós, 2018, [2009]), p. 529

¹⁰⁵ Sin embargo, la democratización de acceso en internet debe ser tomado como muchas reservas como veremos en el capítulo 7.

más adelante, la inteligencia artificial y la ingeniería algorítmica presentan altos índices de sesgo, orientación y recomendación que también imponen modas y gustos, aunque muy sutilmente.

La dictadura del dial y del cable de los setenta (a excepción de la radio transistor a pilas) fueron sustituidas, respectivamente, por la conectividad y las baterías en los ochenta. El reproductor de MP3 garantizaba un tipo de reproducción mucho más abierta, ubicua y portátil que cualquiera de los otros soportes y formatos existentes. Sin embargo, la reproducción en streaming obligará a un nuevo tipo de dictadura o dependencia, la de una conexión a internet y la del pago a una suscripción. Aquellos que se apresuraron en llamar dictadura del dial a la radio no se dieron cuenta que los modelos de descarga y streaming conducen al usuario a un nuevo tipo de dictadura de la conectividad y de la suscripción. También a la imposición de las modas y los gustos. Por tanto, la segunda fase digital ofrece una escucha que podríamos llamar continua y no dependiente, mientras que la tercera fase llevará al oyente hacia a escucha dependiente no solo de las baterías de los iPod o los teléfonos móviles, sino de la conectividad, la velocidad de conexión y la suscripción.

La necesidad de renovación de mejorados aparatos Hi-Fi y nuevos formatos de audio de la primera fase será sustituido en esta segunda fase por una universalización en el uso de la informática doméstica que sitúa al usuario ya no solo como oyente, sino como productor, distribuidor y consumidor de contenidos al mismo tiempo. Quienquiera en cualquier lugar del mundo podrá descargar, subir, distribuir, organizar, comprar, vender, administrar o manipular música digital. La era del MP3 es la era de la informática, de los sistemas de pares y de la celeridad aprobación de leyes regulatorias para intentar impedir la distribución pirata de música. Es la época de los primeros intentos por la recuperación en el control de todos los procesos que intervienen en el negocio de la música. Pero la globalización operaba en varios campos informacionales y los usuarios aplicaron códigos abiertos que suponían múltiples canales de acceso a toda una música grabada y distribuida a través las redes de pares.

Varios intentos frustrados de Karlheinz Brandenburg y su grupo de trabajo en Fraunhofer (Erlangen) después de diez años de trabajo, darían finalmente sus frutos en torno 1995, colocando pronto al Mp3 en un lugar privilegiado. Su facilidad para ser copiado y compartido por su pequeño tamaño, aceleraron el intercambio en las redes de pares.

Por otro lado, la era del MP3 obligó a legislar lo que rápidamente serían entendidas como vulneraciones de los derechos de autor y de la propiedad intelectual. Pero estos derechos no siempre beneficiaban a los creadores, sino a las sociedades de gestión y las discográficas que compraban los derechos de copyright. El MP3 no solo cambió el modelo de escucha, el modelo

de acceso, la distribución de la música y la necesidad de legislar, sino que desdibujó estructuras tradicionales de consumo y de producción. La seducción que ofrecía aquel capitalismo de hiperconsumo inmediato, hedonista, accesible y personalizado, terminó cuajando en la sensibilidad de unos mercados que no tuvieron más remedio que adaptarse. La adaptación no radicaba en tener que elegir entre el CD o el MP3 sino entre un sistema capitalista industrial o el nuevo modelo de capitalismo basado en el negocio de la cultura. Sea como fuere, el MP3 debe ser considerado el responsable de obligar a reorganizar el sistema de distribución de la industria discográfica y la necesidad de repensar las estructuras económicas y sociales, a la vez que los modos de consumo y de escucha de música. Como veremos a continuación, la tercera revolución digital heredaría el MP3 como formato de audio estándar para la distribución. Precisamente, una de las características que definen mejor la tercera revolución digital es su modelo distributivo y en consecuencia, el modelo de acceso para el público-consumidor.

La cualificación de la música dejaría de ser importante en esta segunda fase para sustituirse por la cuantificación. Dicho de otra manera, el interés por la calidad del sonido propio de la primera fase fue sustraída por el número de archivos que uno era capaz de almacenar en sus discos duros. Dejarían de importar los equipos de audio de calidad y el oyente se centraría en la cantidad de música descargada. En la tercera revolución digital se acomete un paso a la inversa en la que la acumulación de archivos en discos duros provenientes de las descargas de redes de pares será sustituida de nuevo por un modelo mixto de cualificación y cuantificación. Veremos enseguida, que en la tercera revolución digital las plataformas de acceso con licencia prometen (y consiguen) un acceso a todos sus contenidos con calidad de sonido mejorada en función de los tipos de usuarios, pero que no siempre es aprovechada por los oyentes.

Muchos de los modernos paradigmas de escucha y de manejo de la música actuales provienen de esta época de abundancia en un océano despejado, que vino acompañado por importantes cambios en estructuras políticas, culturales, educacionales y sociales.

El streaming

En esta fase el valor por el acceso imperará sobre cualquier otra forma de consumo, y la escucha portátil y la suma accesibilidad atraerán a un consumidor omnívoro que se suma gustoso al festín pseudo-gratuito de la música online. Nunca la omnivoridad en el consumo de estilos fue tan accesible como con el streaming, ni nunca se dieron tantas y tan variadas formas de acceso a ellos: teléfono, *tablet*, *smart TV*, iPad, ordenador, *homepod*, *Alexia*, etc., mecanismos sincronizados que permiten la instantaneidad y la omnipresencia.

La tercera revolución digital, la que va del MP3 al streaming, puede dividirse en dos subperiodos. Uno que va del año 2005 a finales de la década del 2010, con el progresivo aumento de la música online, la aparición de nuevas plataformas de transmisión de música, nuevos modelos de streaming, la progresiva instauración de la era del acceso y el comienzo de la suscripción como modelo de negocio. No menos importante es la introducción global del teléfono móvil en detrimento de los reproductores portátiles de MP3 y iPod. El año 2005 supone la aparición de YouTube, que provoca un descenso en las descargas y abre la senda al streaming. Se incorpora durante este lustro la publicidad a las plataformas lo que supone un incremento adicional de las ganancias. La industria discográfica se ve forzada a repensar nuevos modelos dirigidos a la recuperación del control mediante sendos contratos con las proveedoras de contenido.

El segundo subperiodo comprende los años que van desde 2008/2009 a 2012/2013. Aquí se afianza el streaming por la multiplicación de plataformas de acceso gracias a las mejoras en las comunicaciones. Se implanta definitivamente el teléfono móvil, que aumenta las posibilidades de escucha de música dentro de un servicio multifuncional: todo en un solo dispositivo. Es la etapa de la integración definitiva de las redes sociales. No menos importante fue la asimilación de diferentes modelos de suscripción llamados *premium* que suponen el grueso de sus ingresos (90% en Spotify) en contra de la versión *freemium* con publicidad propia de finales de la década de 2000.

El inicio del streaming suele tomarse con el surgimiento de las primeras plataformas digitales que administran y cuelgan los contenidos vía online, en torno a mediados de la década del 2000: Naxos Music Library en el 2004 para la música clásica, y YouTube y Spotify sobre todo para la música popular en el 2005 y 2006 respectivamente. Aunque sus inicios fuesen un tanto diluidos, es aquí cuando se surge una mayor ubicuidad e instantaneidad en el acceso a la música sin la necesidad de descargas.

Sin embargo, todavía era necesario dar algunos pasos hasta alcanzar un modelo centrado en el pago de un peaje universalmente aceptado por el acceso a los contenidos. Cuatro miembros de The Pirate Bay fueron condenados a un año de cárcel y una multa de tres millones de euros por los tribunales suecos en el año 2009. Un año más tarde eclosionaría la idea de un mercado digital basado en la suscripción y un modelo que cerraba las puertas definitivamente al tradicional mercado de compra de discos como principal fuente de negocio de la industria.

Durante sus primeros años, Spotify se aprovechó del apoyo moral y la connivencia legislativa y judicial de sus compatriotas suecos, aun sabiendo que algunas plataformas de distribución basadas en el P2P estaban siendo juzgadas por tribunales suecos ante los mismos hechos. Una vez Spotify hubo solucionado sus problemas con la legalidad de sus servicios —ya que

paradójicamente en su primera fase usaron los sistemas de pares existentes y los archivos procedentes de las descargas de otras plataformas—, Spotify firmaría contratos de licencia con las Big Three, las grandes compañías discográficas del momento, Sony, Universal y Warner. Spotify se sobrepuso rápidamente a la crisis económica mundial del 2008 gracias a unos fuertes ingresos procedentes de los inversores de capital riesgo, todo ello con la ayuda y la connivencia de un grupo de políticos suecos conservadores de ideología de centro derecha que miraron hacia otro lado cuando se supo que Spotify se sirvió de las redes de pares y de archivos de MP3 extraídos de ellas. Al ser Spotify una empresa sueca, también contaron con el apoyo inestimable de la prensa de su país, desde donde se trabajó con firmeza para inculcar un patriotismo alimentado con un discurso sobre la tecnología del streaming y la *big data*. A comienzos del 2009, Spotify contrató un grupo de desarrolladores con la intención de ampliar y adaptar su *software* al iPhone (incluso antes de saber si sería aceptada por Apple). La auténtica intención de Spotify consistía en que los usuarios llevaran su música favorita siempre encima, siempre en movimiento, como lo exigen los cánones posmodernos¹⁰⁶.

El modelo de Spotify se fue adaptando según criterios y estudios sobre el marketing y la publicidad. Pronto se barajó la idea de crear un grupo de usuarios *premium* por suscripción que quedasen liberados de las interrupciones publicitarias al tiempo que se beneficiaban de una serie de mejoras, a saber, un audio de mayor calidad que en la versión gratuita y la ausencia de publicidad. Sin embargo, esta idea de crear una bolsa de suscriptores no surgió de la propia dirección de empresa de Spotify sino de las presiones por parte de los propietarios de las licencias e, indirectamente, por la necesidad de los mercados de renovar como consecuencia de la crisis económica mundial del 2008.

No obstante, el definitivo establecimiento del streaming no debe considerarse antes del año 2013. El arquetipo, el modelo de acceso a la música *online* sin descarga, fue diseñado del 2005 al 2010. Aunque ya se habían dado algunos intentos de *streaming* a finales del XX —MusicNet y PressPlay, sobre todo—, la música online no obtuvo el éxito esperado principalmente por dos motivos, primero porque los oyentes todavía acostumbraban a bucear en las redes de pares y segundo, porque la era del acceso cuajaba tímidamente durante esos años. Todavía no había fraguado la cultura de pago único por una suscripción que diese acceso a la música. Habría que

¹⁰⁶ Para una historia de Spotify véase ERIKSON, MARIA, RASMUS FLEISCHER, ANNA JOHANSSON, PELLE SNICKARS y PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019)

esperar al cambio de paradigma que Rifkin llamó capitalismo cultural en la era del acceso para que el *streaming* se impusiera finalmente. Para ello, había que destruir primero a las P2P.

Un modelo que se gestó desde finales del siglo XX y que dirigía al consumidor al acceso, una fuente de conocimiento y de cultura del ocio. Una vez más, la nueva sociedad del acceso de comienzos del siglo XX evolucionaba hacia diseños socioeconómicos que deseaban dejar atrás el tradicional sistema industrial centrado en la compra de objetos culturales. El acceso a los bienes de consumo, el alquiler de vehículos y las casas, el pago de suscripciones por acceder a conocimiento especializado, el acceso a fuentes de información exclusivas, el acceso a la prensa digital, etc., encaraban la tarea de que el consumidor abandonara la necesidad de adquirir los productos físicos (enciclopedias, música, cine, vídeos, periódicos, etc.). En cuanto al acceso a la música, esta fase se caracteriza por el empoderamiento de la accesibilidad sobre otras formas de escucha de música, un acceso favorecido por la implacable mundialización de la telefonía móvil.

La instantaneidad inalámbrica, portátil y ubicua son las marcas distintivas de este periodo. La portabilidad es muy anterior, pero la velocidad en las aplicaciones tecnológicas de la telefonía móvil, convirtieron en inalámbrica y ubicua las conexiones. El hecho de poder acceder a cualquier contenido, en cualquier lugar y en cualquier momento es algo propio de esta etapa.

Si en la segunda fase se cuestionaba la necesidad de un soporte que comenzaba a ser suplantado por las redes de pares y las descargas de MP3, en esta tercera fase no será necesario poseer el archivo de audio para disfrutar de cualquier música. La inmediatez a los contenidos online gracias a la banda ancha y la fibra óptica, convirtieron en teorema la famosa ley de Moore pronunciada en 1965 sobre la velocidad en el aumento de transistores en un microprocesador. La pregunta que muchos oyentes se hicieron fue: ¿por qué comprar o descargar la música que me gusta si puedo tenerla toda en el momento y en el sitio que lo desee a través de un pequeño dispositivo que además hace fotos, me conecta a las redes sociales y guarda todos mis archivos en la nube? Los discos duros, los MP3 portátiles, los programas de intercambio y el soporte físico no tienen razón de ser en un mundo hiperconectado, en una Sociedad Red¹⁰⁷.

No es necesario pagar por la descarga como se hacía en tiempos de iTunes Store, ya que los contenidos esperan latentes, almacenados en la nube, con el único objeto de satisfacer las necesidades de cualquier oyente en cualquier parte del mundo. La tarifa plana ofertada por los

¹⁰⁷ Ed Finn, afirma que el cambio de DVD por correo a streaming «supuso una absoluta reinención de la máquina cultural de Netflix». Esta reinención, como podemos ver no solo operó en el mercado de la música digital, sino que llegó a implantarse en la televisión por cable, las series, películas, prensa diaria, etc. *Vid.* FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* (Barcelona, Alpha Decay, 2018), p. 167

proveedores acapara la atención del usuario-oyente quien, previo pago de una suscripción accede rápido a todo el universo grabado y a través de distintos medios sincronizados. Es decir, *acceder* a la música en lugar de *tener* la música.

Todo lo que engloba a internet está lleno de abstracciones como consecuencia de la virtualización del mundo. La nube, usada como metáfora, crea un mundo aparentemente lejano, vaporoso y líquido, que contiene toda nuestra existencia digital y toda la cultura del algoritmo y la inteligencia artificial. Una empresa algorítmica que dirige nuestra navegación por la red, vigila nuestros movimientos por las calles de las ciudades y las carreteras, que nos recomienda películas y que resuelve nuestros problemas de búsqueda. Conoce por dónde nos movemos, qué películas vemos y cuáles son nuestros problemas, intereses y deseos. Como advierte Ed Finn: «Estos cambios serán consumados no solo en el reino de lo material sino también en el de lo cultural, lo mental y hasta en espacios espirituales de representación y apoderamiento. El algoritmo nos ofrece la salvación, claro que solo una vez hayamos aceptado sus condiciones de uso»¹⁰⁸.

Todos estos desarrollos han modificado nuestras conductas y hábitos en nuestro papel de melómanos. Oyentes que asumen su empoderamiento en la ubicuidad, la portabilidad y la instantaneidad de las conexiones casi como un dogma, aunque todo ello suponga una violación de sus derechos. Un oyente metamorfoseado en consumidor omnívoro, fascinado por la infinitud de música, un oyente distraído y despreocupado.

La era del acceso ha democratizado la música, una democracia inédita en la historia de la escucha. Antes de la globalización del ciberespacio, la cantidad de música grabada que un oyente podía escuchar estaba condicionada por la compra del soporte y la radio. No hay comparación posible entre la música a la que se podía acceder antes del 2010 y la que se puede escuchar pagando una suscripción hoy en día.

Por todo ello, las discográficas, sumidas en la incertidumbre, tuvieron que vislumbrar nuevas formas de ingreso adaptándose a las exigencias que imponía el streaming. La solución pasaba por adoptar varias estrategias. Primero, había que ceder los catálogos de música en formatos comprimidos a las proveedoras de música online a cambio de un precio estipulado. Segundo, había que participar de las acciones en las empresas de distribución de música online (a día de hoy, las tres grandes industrias de la música, Sony, Warner y Universal son accionistas de algunas de las plataformas de streaming más importantes del mundo). En tercer lugar, al formar

¹⁰⁸ *Ibid.*, pp. 27-28.

parte de los grupos de inversión, había que intentar dirigir la escucha hacia aquellos artistas más rentables a través de listas de reproducción y el uso de potentes algoritmos de recomendación.

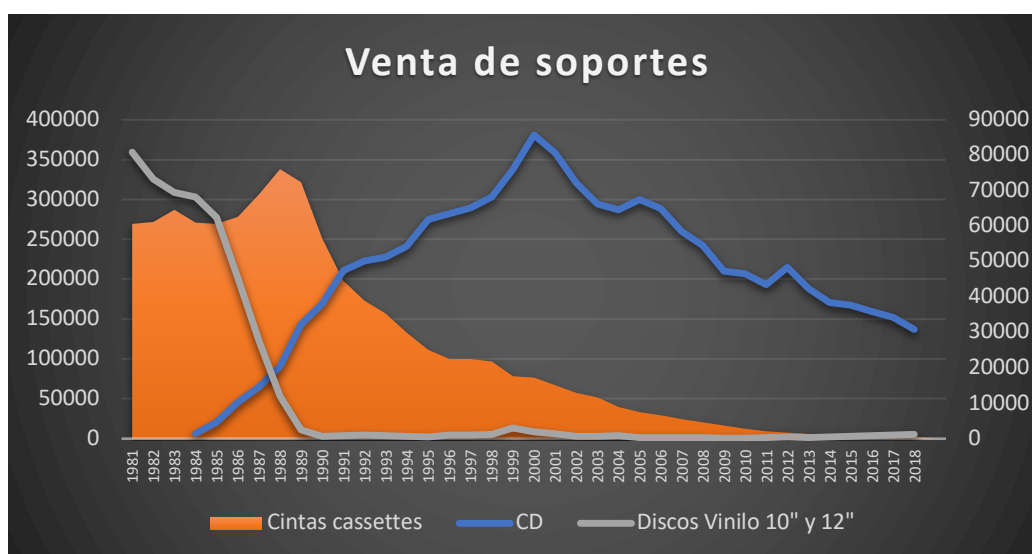
El beneficio para proveedores de servicios, plataformas streaming, discográficas y artistas, viene ahora dado por el número de veces que los oyentes clican sobre sus artistas preferidos en YouTube, Spotify o Deezer, sin olvidar las ganancias provenientes de un tipo de publicidad individualizada y personalizada, dirigida a los usuarios de las versiones gratuitas *freemium*: como una especie de penalización por no ser consumidores fieles y leales. Además de esto, no podemos olvidar las ganancias reportadas al vender todo tipo de datos de los usuarios a otras empresas.

Si la fragmentación del álbum aumenta en la primera fase digital, durante la segunda se descompone a través de las redes de pares y el iPod Shuffle. Esta fragmentación se mantuvo en las plataformas de streaming. Pocos jóvenes suelen escuchar hoy un disco entero. Una práctica puntillista de escucha muy extendida en la música popular, aunque no tanto en la clásica. Las plataformas están diseñadas para favorecer un tipo de escucha aleatoria a base de recomendaciones de pequeñas píldoras de música comercial. No son pocas las voces de la cultura que reclaman plataformas online exclusivamente dedicadas a la música clásica. Es la era del *streaming* cuando el empoderamiento de la canción consigue encumbrar, desgajando al álbum y llevándolo hacia su destrucción como concepto unitario. La producción de música popular ya no tendrá en cuenta la edición de un número de canciones en bloque, sino la distribución de *singles* rápidamente convertibles, ya no en el éxito del año o del mes, sino en el éxito de la semana. Las aplicaciones algorítmicas de recomendación y la inteligencia artificial diseñan un mundo culturalmente puntillista.

Con todo y ello, la comercialización de música a través del soporte no ha desaparecido por completo. Alemania mantiene una estructura que favorece los derechos de propiedad y autoría que alimenta la compra del disco. En otros países, como en Japón, existen duras restricciones legislativas que ahuyentan a sabuesos en busca de audios sin licencia por las redes de intercambio, penalizados con duras penas que pueden alcanzar hasta varios años de prisión (Véase Gráfica 4).

En el gráfico 4 se puede ver que es justo en los años 1997 y 1998 cuando la venta de vinilos en descenso abrupto y el imparable ascenso en la venta de compactos se igualan, cruzándose en el mismo, el cenit en las ventas de casetes. Hay que explicar que la cinta aguantó más que el LP porque países como India, Marruecos, gran parte de Asia y América del Sur, habían desarrollado una red de casetes muy importante en torno a la copia y distribución casera de oraciones, liturgias y canciones religiosas.

Gráfico 4. Venta de soportes en Japón por año. Periodo 1981-2028.



Fuente: RIAJ 2019, *vid.* <https://www.riaj.or.jp/f/pdf/issue/industry/RIAJ2019E.pdf> 6/10/2019)

En los últimos años, además, se viene observando un repunte en las ventas de vinilos y de cintas de casete que nos lleva a pensar que se trata de un movimiento retro, con tintes románticos, cuyo anhelo está dirigido a aquellas generaciones que vivieron la era analógica. Un mercado dirigido hacia las generaciones mayores y con mayor poder adquisitivo. Algunos defienden aún la superior calidad de los soportes físicos, sobre todo por aquellos que nacieron y vivieron buena parte de sus vidas en la forma de consumo del capitalismo industrializado, que compraban vinilos, cintas, discos compactos y grandes equipos Hi-Fi. Por ejemplo, en el año 2010 se vendieron más reproductores de vinilos que de discos compactos. Esto puede deberse a dos motivos principales: por un lado, una tímida vuelta a los soportes analógicos y por otro, la existencia de múltiples dispositivos capaces de reproducir un mismo CD, dispositivos que con el tiempo se estropean e inutilizan y para los que no existen recambios al alcance de los usuarios. A diferencia del CD, el LP necesita un reproductor exclusivo.

Si en la segunda fase el acceso a la informática e internet genera un individuo autónomo que sube y descarga música a su antojo y que tiene el control de los archivos de audio, en la tercera fase parece haber un retroceso. Al deshacerse del objeto, el oyente pierde el control sobre los archivos y el almacenamiento, un control que será recuperado de nuevo por la industria. Esta tercera fase es la de la absoluta globalización del acceso a los contenidos, sin necesidad de tener ningún control sobre el objeto. Es este el periodo de la música líquida donde las tarifas planas, el ancho de banda, la fibra óptica y las comunicaciones vía satélite, la bajada de precios en productos informáticos, la inteligencia artificial etc., provocan que usuario se desprenda del objeto cultural. Un individuo con derechos adquiridos al acceso universal de la información y

los modelos comunicacionales mediante una tarifa mensual y la aceptación a ciegas de las condiciones de uso.

Una de las grandes paradojas, consecuencia de esta globalización, ha llevado a determinados países en vías de desarrollo a disponer antes de una red de telefonía móvil que de agua potable, educación, vías de comunicación o transportes urbanos. La formación de aldeas globales interconectadas, sociedades cibernéticas que rompen las barreras espaciotemporales se propagan mayormente en la actualidad. La red de redes, además de conectar a los individuos de todo el mundo, también es capaz de sumergirlos en determinados espacios o nichos ideológicos, culturales y político-económicos que en cierto modo cercenan la democracia, la crítica y el pensamiento libre. No existen antecedentes semejantes en la historia de la comunicación de un hecho semejante.

Se dibuja un mundo musical omnívoro, inmediato, pleno de contenidos variados, global en el consumo, fragmentado, móvil y ubicuo, individualizado en la escucha, personalizado en la oferta y manejado en la demanda. Cuando nace el disco compacto, el tipo de relación entre la industria discográfica y los oyentes (consumidores) era la habitual de las primeras economías de venta de música grabada. Un modelo que consistía en grabar a unos artistas y colocarlos en las listas de éxitos para su distribución física a través de varios medios. La segunda revolución digital abonó el terreno a un nuevo modelo de negocio que quebraba la tradicional relación entre la industria y los oyentes con una tradición de más de cien años. El flujo y el intercambio gratuito de música de millones de MP3 en las redes de pares acabó con esta relación. El oyente adquirió un doble estatus al convertirse en adquiriente y distribuidor al mismo tiempo. Un oyente que ya no necesitaba a la industria para adquirir su música preferida, aunque sí para disponer de nuevas grabaciones. Sin embargo, no debemos entender que el hecho de que la industria perdiese el control y la distribución durante el periodo que va de 1999 a alrededor del 2010 conllevara la pérdida de control de lo que la gente debía escuchar.

Con el *streaming* la industria recuperó parcialmente el control en la distribución, solo que ahora no tendrá más remedio que compartir los dividendos con proveedores de internet y plataformas de contenido. Si bien el pago de una licencia sustituye a la compra del disco, también se firma un contrato a tiempo parcial muy inestable. En la compra física, el oyente firmaba un contrato cerrado por obra en el que el oyente pasaba a ser el único propietario del objeto físico adquirido, aunque no del contenido que está sujeto a los derechos de propiedad intelectual. Por contra, mediante el contrato firmado con un servicio digital, las licencias pueden someterse a cambios constantes o anulaciones que dependen exclusivamente del proveedor y de las

discográficas, pero también el usuario puede decidir cuándo rescindir el contrato con un solo clic del ratón.

Al desaparecer el objeto físico y ser sustituido por su homónimo virtual, la posesión del contenido se convirtió en un problema para la industria. El acceso supone un problema ya que éste está sujeto a condiciones contractuales variables. De hecho, el contratante de una licencia solo está adquiriendo el acceso al catálogo y las bases de datos, al mismo tiempo que acepta entregar sus datos de navegación, geolocalización, dispositivo empleado, contactos almacenados en la agenda, etc. Es decir, lo que el oyente contrata es el acceso a unos recursos que pertenecen a la industria de la grabación, quien a su vez licencia a las plataformas para, al mismo tiempo, “espiar” a sus propios usuarios.

El servicio en sí mismo y no la grabación, es lo que se ha convertido en la forma de negocio. Con ello, el oyente ha perdido tanto el objeto físico como el contrato cerrado que se asumía con la compra de un disco. Yendo más lejos todavía, el contrato de compra de un disco terminaba en el mismo momento del pago. El vendedor, una vez que el comprador adquiría el disco, se desprendía del control del soporte para siempre y del contacto con su comprador. Por el contrario, la licencia *online* proporciona al vendedor la oportunidad de seguir manteniendo una relación directa con el comprador, aunque éste no sea consciente de ello. Una relación necesaria para la supervivencia de las plataformas y la industria¹⁰⁹.

Vivimos en lo que Bauman llamó «vigilancia líquida». La era del streaming se caracteriza por la vigilancia constante y la extracción de datos de los oyentes. Los algoritmos, los motores de búsqueda, la inteligencia artificial, la telefonía móvil, los altavoces inteligentes, etc., recaban constantemente datos sobre nuestras formas de vida, nuestros hábitos de consumo, nuestros movimientos, acciones, y, por su puesto, en qué invertimos nuestro tiempo de ocio. Saber qué hacemos en nuestro tiempo libre se ha convertido en una carrera frenética en la ingeniería aplicada al algoritmo. Quieren saber lo que hacemos, decimos y hasta lo que pensamos. Nuestro tiempo es dinero para ellos¹¹⁰. Un contrato de licencia conlleva la pérdida de parte de nuestra privacidad y la venta de nuestra identidad, nuestro capital económico y cultural a segundas y terceras empresas. Tal vez puedan estar vendiendo nuestros sueños, nuestras necesidades, dependencias y hasta nuestros vicios.

¹⁰⁹ STERNE, *MP3, the meaning...*, p. 219.

¹¹⁰ Dice Cook: «*In all such technologies, the internal monitoring system is linked to an external monitoring system, whereby corporations gain highly detailed in-formation about user-device interaction. In these domains, complex user agreements rife with legalese are a crucial mechanism for allowing information to be shared with 'third parties'.*» Véase COOK, NICHOLAS: *The Cambridge Companion to Music in Digital Culture*, p. 112.

Muestra de ello es la demanda colectiva presentada contra Bose Corporation por «recopilar, transmitir y divulgar secretamente a terceros de las conexiones privadas de música y audio de sus clientes»; *Ibid.*

En torno al algoritmo, Ed Finn subraya que:

[...] abarca frecuentemente una serie de procesos computacionales, como la estrecha vigilancia del comportamiento de los usuarios, la recolección de los datos masivos de la información resultante, los múltiples cálculos estadísticos combinados que emplean las máquinas analíticas para analizar esos datos y, finalmente, un conjunto de acciones de confrontación humana, recomendaciones e interfaces que tan solo acostumbran a reflejar una pequeña parte de todo el procesamiento cultural que se lleva acabo entre bastidores¹¹¹.

En el apartado dedicado a la democratización veremos dos conceptos enfrentados. Por un lado, la ventaja que supone la democratización del acceso, por otro, la preocupación por el estado de constante vigilancia. Casi todo el mundo asume en la tercera revolución digital que el precio que debemos pagar por el acceso, la instantaneidad y la ubicuidad sea el de la pérdida de nuestra privacidad. Hemos naturalizado que debemos acostumbrarnos a la vigilancia de un gran ojo virtual que todo lo ve, lo controla, lo engulle y lo maneja. Algunas distopías del pasado literario y cinematográfico están cerca de cumplirse. La descripción de Aldous Huxley en *Un mundo feliz* (1932), el “Hermano Mayor” de George Orwell en su novela *1984* (1949), la vida urbana de Los Ángeles en la película *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), la película *Her* (2013) de Spike Jonze o el libro *Vigilancia líquida* (2013) del sociólogo polaco Zygmunt Bauman , son solo unos pocos ejemplos.

¿Cuándo se convirtió la música en un objeto? Si, como hemos afirmado antes, la música se convierte en mercancía en el mismo momento en que pudo ser “enlatada” (incluso nosotros mismos hemos hablado a lo largo de esta tesis de mercancía, compra-venta, mercados, industria, comercio, etc.), y si por otro lado, la industria discográfica se encargó de subir a la palestra a la “piratería” para culparla de cosificar la música, no menos culpables son los políticos, abogados y lobbies de la industria que han erosionado el estatus de la música y la han convertido en una forma de propiedad¹¹². No han despojado al autor de su trabajo intelectual, faltaría más, pero sí han controlado su propia obra para el enriquecimiento de una potente industria de la cultura.

¿Qué derechos tenemos como oyentes? Si el ciudadano libre posmoderno tiene derecho al acceso a la cultura, pero la cultura puede ser transformada en producto, los medios capitalistas no tendrán reparo en incluir en sus catálogos de venta al por mayor cualquier cosa que sea susceptible de henchir los beneficios empresariales. Si la escucha cambia con el tiempo, si es

¹¹¹ FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo...*, p. 37

¹¹² STERNE, *MP3, the meaning...*, pp. 220-221.

plástica, deberíamos pensar cuáles son las condiciones y los límites de los derechos de los oyentes. En este sentido, podemos encontrar dos posturas a lo largo de la historia: por un lado, quienes defienden el concepto liberal de acceso a la cultura y la descentralización del control; por otro, quienes creen que debe existir un control y unos límites, dadas las responsabilidades que conlleva a nivel de derechos de propiedad física e intelectual.

Todos los procesos que intervienen en las tecnologías, desde su diseño, hasta su uso, pasando por su elaboración y comercialización, definen nuestros modos de hacer, articular y pensar, nuestra postura de ser y estar en sociedad. En este sentido, también surgen dos teorías polarizadas; quienes defienden que las tecnologías son separadoras y quienes creen que son integradoras.

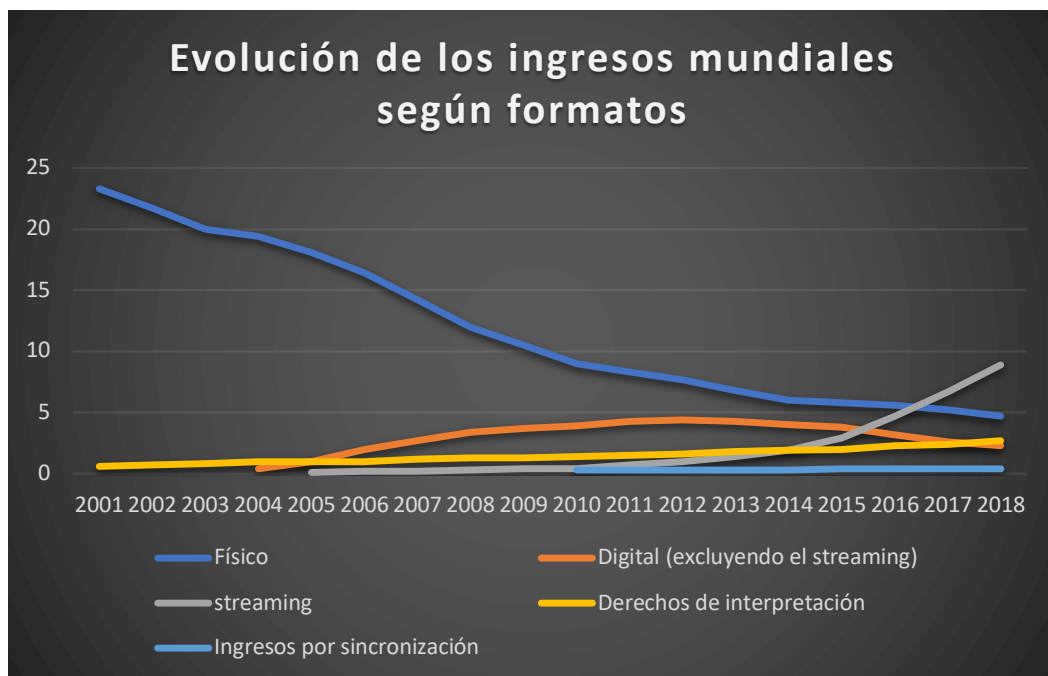
Lo que sí ha demostrado la historia es que el deseo de escuchar música y democratizarla está por encima de cualquier intento de control que la industria de la grabación haya podido imaginar o proporcionar. Así ocurrió con las radios piratas, las copias de cinta de casete y de CD, las grabadoras de doble pista, las tostadoras de CD, y el MP3. Éste último representa el estrepitoso fracaso de la industria en su afán por controlar y disponer. ¿Tal vez sea este el momento en el que debemos dejar de plantear la música como mercado y retomar el paradigma de la música como ontología para la construcción de una cultura? ¿Tal vez debemos aplicar los grandes avances tecnológicos para una visión de la cultura más humana y humanística? ¿Tal vez sea la hora de comenzar a cambiar nuestros modelos y paradigmas socioeconómicos y culturales?

El informe IFPI del primer semestre de 2019, señala que el streaming de pago aumentó un 32,9%, las descargas directas descendieron un 21,2% y el mercado físico bajó con respecto al 2018 en un 10,1%. Es evidente que la venta física de soportes experimenta una crisis sin precedentes desde comienzos del siglo XXI. Y aunque todavía queden algunos melómanos que compren discos, el principal problema de su desaparición apunta a motivos generacionales y culturales. ¿Qué ocurrirá cuando las generaciones más mayores vayamos desapareciendo? ¿Qué ocurrirá cuando los jóvenes nacidos en torno al milenio, cuyos hábitos de escucha y de consumo de música giran en torno a la gratuidad y al acceso, se hagan adultos? ¿Qué podría pasar si en países como Alemania y Japón, cuyas culturas y peculiares restricciones, se adoptan medidas diferentes o experimentan cambios en su cultura?

En el gráfico 5 se puede observar que en el año 2005 hace aparición el streaming en Estados Unidos y que no ha dejado de crecer desde entonces, comiéndole terreno a la venta de soportes físicos hasta el punto de que casi lo dobla en ingresos anuales. Añadiendo al streaming lo que el IFPI llama música digital para referirse a toda la música online que no se transmite por streaming, las cifras superan con creces al soporte físico ya desde el año 2015.

La escucha en la tercera era digital es más fragmentada que en la segunda. Aunque lo vamos a ver más adelante, cabe anticipar que en la segunda era digital, el MP3 portátil y el iPod podían estar llenos de pistas sueltas y desmembradas del álbum, pero también creaban un continuum en la escucha privada, una escucha lineal, no interrumpida. Por el contrario, en la era del streaming y del teléfono móvil, el oyente está siendo constantemente interrumpido con llamadas, mensajes, avisos, notificaciones. Al tratarse de un aparato siempre conectado con el mundo virtual la puerta de entrada a nuestra atención está siempre abierta, lo que produce una escucha rota, no lineal, constantemente interrumpida.

Gráfico 5. Ingresos mundiales de la industria de la música grabada. Periodo 2001-2008.
En miles de millones de dólares de los EE. UU.



Fuente: elaboración propia a partir del informe IFPI 2019.
Datos: miles de millones estadounidenses.

La tecnología es un mediador. Cualquier mediación provoca cambios en la conducción y el manejo de la información y de los contenidos. Hemos visto cómo McLuhan anticipaba ya en los sesenta que el medio se estaba convirtiendo en el mensaje y que ambos, mensaje y medio, comenzaban a ser aplicados en modelos de dominación ideológica. Más tarde, en los ochenta, Foucault hablará de las “tecnologías del yo” ilustrando el paradigma de individualización al amparo de un capitalismo que opera a través de las tecnologías de la información y la comunicación.

Dentro de este contexto de revoluciones tecnológicas, hemos intentado establecer una división de la era digital de la música en tres periodos. La clasificación propuesta ha obedecido a una metodología centrada en los desarrollos tecnológicos y algunos cambios de escucha derivados. La división ha quedado planteada por la introducción del CD que da inicio a la era digital de la música, el MP3 que abre la segunda fase desfragmentando la escucha y diseminando el álbum como concepto en archivos de audio, y el streaming que traza un tratamiento de la música ubicuo, desfragmentado, portátil, instantáneo, y totalmente accesible.

En el siguiente apartado intentaremos estudiar las posibles relaciones de estas tres fases tecnológicas con las respuestas, los cambios de paradigma y los vínculos sociales asociados. Para ello, acudiremos a los principales sociólogos centrados en el estudio de la posmodernidad, que publican sus teorías en los mismos últimos cuarenta años que acabamos de trazar.

2.2.5. El factor socio-técnico de la escucha. Algunas teorías sociales aplicadas a la escucha.

Uno de los factores más importantes para el estudio de los modos de escucha es su relación con el ámbito social. La escucha de música siempre ha tenido una doble función: la socializadora al ser escuchada en grupo y; en el polo opuesto, una función individualizadora que refuerza la personalización y la subjetividad. Por nuestra naturaleza social, no solo es necesaria la música compartida en el concierto como fuente socializadora, sino que necesitamos de otras fuentes de socialización relacionadas con la escucha de música grabada. Necesitamos formar parte de algo y tener cosas en común con nuestros semejantes. Necesitamos construir vínculos con los que poder identificarnos, bien sea esta identidad objeto social, cultural, político o económico. Saber que formamos parte de un entorno y que somos reconocidos por los demás dentro de él. Así, el factor social para el análisis de la escucha puede ser empleado para el estudio de los rituales de escucha, las diferencias entre la escucha atenta y la distraída, los diferentes comportamientos del grupo en función de las diferentes culturas o regiones y el porqué de la atomización y la democratización del acceso a la música en las últimas décadas. Como dijimos anteriormente, algunos factores pueden ser absorbidos por otros o solaparse. Este es el caso del factor sintáctico-semántico-estructural que es analizado desde el punto de vista de la historia social y cultural, los rituales y la estética. Podríamos decir que el factor social engloba al sintáctico-semántico-estructural, pero al ser este un elemento que se también debe ser analizado desde la historiografía hemos decidido darle su propio espacio.

Acabamos de ver en el apartado anterior que la tecnología predispone a adoptar ciertas actitudes y modos de escucha de música. Este apartado es una explicación que cohesionan el factor

tecnológico con el social, entendido como un único factor de la escucha que llamamos socio-técnico. Existe numerosa bibliografía que analiza la relación de la sociedad con sus tecnologías: *The social shaping of technology* de Donal MacKenzie y Judy Wajcman (1999), *Mechanical sound: technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* de Karin Bijsterveld (2008), *Capturing sound: how technology has changed music* de Mark Katz (2010), o *Popular music, digital technology society* de Nick Prior (2018), por destacar solo algunos.

Lo caótico, lo multisegmentado, lo híbrido y lo inestable son características que la sociología de las dos últimas décadas atribuye como síntesis de los principales cambios sociales de los últimos cuarenta años. La gran mayoría de los investigadores sociales consensúan en admitir que los cambios paradigmáticos en las renovadas sociedades comienzan a desplegarse desde el final de la II Guerra Mundial, cuya extensión envuelve toda la segunda mitad del siglo XX y con unas características que se acentúan desde la década de 1980 hasta el presente.

Existen distintas teorías sociológicas que desean explicar los cambios producidos desde los años ochenta en adelante. Se preguntan qué ha podido provocar esos cambios y de qué manera han afectado en las estructuras sociales. Surgió rápidamente la necesidad de ponerle nombre a esa brecha. Una brecha que afectaba a la política, la cultura, la tecnología, las comunicaciones y las ideas. Un periodo que recibe diversas denominaciones: posmodernidad, modernidad líquida, segunda modernidad, hipermodernidad y tardomodernidad.¹¹³ Trasladando estos análisis sociológicos a los intereses de nuestra tesis podemos entender algo mejor de qué manera la tecnología y la sociedad han provocado cambios en los modos de escucha de los últimos cuarenta años. En concreto han sido tres las teorías que nos han servido. Una es la teoría de las tres fases del capitalismo de consumo de Gilles Lipovetsky; otra, las características de la modernidad líquida de Zygmunt Bauman.; y en tercer lugar, la tesis de la triple aceleración de Harmut Rosa.

Explicar las formas de escucha desde los años ochenta hasta el presente recurriendo a estas tres teorías sociales allanan un camino yeco de trabajo pues nos ha ayudado a adoptar una propuesta propia de sistematización de los modos de escucha desde una perspectiva multidisciplinar: una perspectiva que ha intentado fusionar el método musicológico, el social y el tecnológico.

Una misma tecnología puede obtener resultados muy diferentes y hasta contradictorios en las sociedades y los individuos que los manejan. Depende, entre otras cosas, del contexto

¹¹³ El prefijo “post” de los ochenta se aplicó para intentar definir y dar nombre a giros económicos (post-industrialización), culturales (sociedad de la información, sociedad líquida), sociales (posmodernismo) y sistemas de producción (post-fordismo).

socioeconómico, histórico y cultural. Los efectos de la escucha no vienen dictados únicamente por los rasgos tecnológicos, sino que la relación entre la tecnología y los usuarios está dominada por una suma de condicionantes. Por ejemplo, la introducción del casete en los sesenta tuvo diferentes repercusiones según zonas geográficas y culturales. Por ejemplo, en la India y varios países musulmanes, el casete tuvo un rotundo y prolongado éxito gracias a las copias caseras que circularon con versos, frases y rezos hinduistas y musulmanes¹¹⁴. Otro ejemplo es el disco compacto, que condujo a la recuperación de un repertorio nacional durante los ochenta y los noventa en los Estados mejor dotados económicamente y con una paroxística cultura nacional y patriótica. En consecuencia, si las prácticas en el manejo de la tecnología y su poder de transformación social dependen de varios factores, todo ello tendrá reflejo en los modos de escucha.

Los sentidos en los seres humanos están subordinados a sus condiciones históricas particulares, sus orígenes culturales, sus tradiciones y sus hábitos: es decir, del contexto en el que se desarrollan, educan, crecen, trabajan, etc. El contexto que busca el encuentro entre el pasado y el presente en lo que Hans-Georg Gadamer llamó «fusión de horizontes» puede ayudarnos a explicar tal mediación. Puede ayudarnos a resolver nuestro contexto, nuestro legado cultural y tradicional, y también puede servirnos de bisagra para entender las nuevas formas de escucha¹¹⁵.

Jonathan Sterne lo expresa acertadamente:

Antes de que los sentidos sean reales, palpables, concretos o disponibles para la contemplación, ya están afectados y realizados a través de condiciones históricas particulares que también dan origen al sujeto que las posee. Podemos considerar plenamente los sentidos como históricos solo si consideramos la sociedad, la cultura, la tecnología y el cuerpo como artefactos de la historia humana¹¹⁶.

Los sentidos no solo forman parte de la herencia del pasado, sino que son cultivados, reorganizados, replanteados, reificados, ideologizados y psicologizados desde el presente. El artista y escritor James Bridle considera que: «Nuestras tecnologías son extensiones de nosotros mismos, están codificadas en máquinas e infraestructuras, en marcos de conocimiento y acción

¹¹⁴ Véanse los ejemplos de México, India, Japón y Brasil en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 1 (New York, Oxford University Press, 2014), pp. 415-522.

¹¹⁵ Vid. GADAMER, HANS-GEORG: *La actualidad de lo bello*. (Barcelona: Paidós, 2015, [1991]).

¹¹⁶ STERNE, *The audible past...*, p. 5; [Before the senses are real, palpable, concrete, or available for contemplation, they are already affected and effected through the particular historical conditions that also give rise to the subject who possesses them. We can fully consider the senses as historical only if we consider society, culture, technology, and the body as themselves artifacts of human history].

[...]»¹¹⁷. Las tecnologías redefinen nuestra propia existencia y colaboran al entendimiento de nuestras formas de operar, nuestras ideologías y nuestras relaciones con el mundo. La música que escuchamos y las tecnologías que usamos para grabar y reproducirla dicen mucho de nosotros mismos, sobre quiénes somos, qué hacemos, cómo pensamos e incluso hacia dónde vamos, como predijeron Valéry y Attali. En definitiva, somos lo que escuchamos.

Sirva el concepto de alta fidelidad para explicar lo que queremos decir. Un término definido y empleado históricamente por y para la construcción de determinados aspectos culturales y sociales. Por ejemplo, los primeros teléfonos, fonógrafos y gramófonos en los albores del siglo XX, tuvieron como destinataria a una mujer blanca americana de clase media. O los jóvenes oyentes de rock and roll, las amas de casa y los trabajadores de la industria, fueron los principales grupos de consumo de radios portátiles a transistores a mediados del siglo XX. El *boom-box* de los setenta y ochenta encontró en la población afroamericana de Estados Unidos y más tarde de Gran Bretaña a su grupo de referencia, nutriéndoles de toda una parafernalia en torno a la cultura hip-hop. Un grupo minoritario de consumidores marcado por un perfil social bien definido fue el destinatario del iPod de Apple a comienzos del siglo XXI¹¹⁸. Y así podríamos multiplicar los ejemplos en los que la tecnología contiene una envoltura que influye en lo social, en la ideología de género, en lo racial, en el capital económico y cultural y hasta en las religiones¹¹⁹.

La miniaturizada radio a transistores con baterías, el Walkman de Sony, los reproductores portátiles de MP3 o el *smartphone* han destacado, por ejemplo, en la constante búsqueda por una escucha portátil y ubicua. De la misma manera, y aunque los medios de masas proliferaron a comienzos del siglo XX gracias al cine y la música grabada, junto al desarrollo urbano, los procesos industriales, etc., fue desde la creación de aldeas globales cibernéticas cuando la escucha portátil alcanzó su cenit. No existen antecedentes en la construcción de aldeas globales semejantes a las proliferadas bajo el uso masivo de internet. Internet, y con él, la creación de nuevas autopistas de la información y la comunicación, han generado modos de interacción sociales inéditos, excelentes formas para la distribución de contenidos mediáticos, nuevos mercados y modos de relación interpersonal y social. Por el contrario, y paradójicamente, internet

¹¹⁷ BRIDLE, JAMES: *La nueva edad oscura. La tecnología y el fin del futuro* (Barcelona, Penguin Random House, 2020), p. 25.

¹¹⁸ Los usuarios de iPod de la primera década del siglo XXI proceden principalmente de las clases socioeconómicas más altas y tienen entre 20 y 40 años. Vid. BULL, *Sound Moves...*, p. 67.

¹¹⁹ Véase MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999).

también ha contribuido a desdibujar relaciones tradicionales de socialización y de la identidad o ha modificado antiguas estructuras de consumo al amparo de cambios políticos y legislativos.

La escucha portátil en espacios públicos perfila hoy un tipo de oyente individualizado cuya pretensión es aislarse de la comunidad y del mundo que le rodea mediante un tipo de escucha que estaba antes de la década de 1980 reservada al hogar. La compra de un estupendo equipo de Hi-Fi doméstico era la excusa perfecta para invitar a los más allegados a presenciar la escucha como un acto único, un acto mejorado y símbolo de progreso y modernidad en una sociedad del bienestar amparada por las políticas posbélicas. A comienzos del siglo XXI, el iPod, el último modelo del iPhone o un *smartphone* de última generación convirtieron la ostentación del objeto tecnológico en una exhibición de la velocidad y el acceso a un mundo conectado al ciberespacio. La tecnología siempre ha caminado en paralelo a las transformaciones sociales, y viceversa.

La telefonía móvil, por ejemplo, informa a quien nos rodea sobre nuestra pertenencia cultural. Es una forma de ostentación pública en un mundo comercial que ha calado tanto en jóvenes como en mayores (en estos últimos dada la tendencia a la infantilización de sufren las sociedades desarrolladas). Puede que el Estado del bienestar alcanzado durante la segunda mitad del siglo XX desdibujara los márgenes de la diferenciación social y económica, de la distinción, pero no acabó con las categorías de clase. La clase media participaría activamente de los géneros y los estilos que parecían pertenecer a las clases más bajas. Entraron tímidamente en la cultura de masas de la primera mitad el siglo XX y continuaron en el Rock y el pop de los sesenta y setenta. Esta participación desdibujaba unas demarcaciones sociales demasiado delineadas todavía en la primera mitad del siglo XX.

Por categorías de escucha debemos entender la suma de los factores centrados en la tecnología, el mercado individual y colectivo (social) al que se dirige la tecnología musical, los factores institucionales y legislativos, la publicidad, la venta y el consumo de reproductores y soportes, la distribución de la música, los proveedores y los sistemas empleados en la distribución. En definitiva, todas las categorías que podamos establecer sobre la escucha siempre participan de los amplios procesos de socialización.

Una de las formas de medición de la distinción (en el sentido de Bourdieu) durante las tres décadas gloriosas en la constitución del Estado del bienestar entre 1950 y 1980, se llevó a cabo mediante la ostentación de la compra y la adquisición de objetos físicos. Visibilizar el dinero a través de objetos. Desde 1980 en adelante, se produce un cambio progresivo. El alarde y la exhibición pública será de la velocidad de movimiento y de comunicaciones, del acceso a las

experiencias y a la conectividad, así como la exhibición de la movilidad, la ubicuidad y la muestra pública de las vivencias experienciales.

La ostentación del objeto no ha desaparecido del todo, y en base al uso de determinadas tecnologías aurales se pueden definir sendos roles sociales. Lo que realmente ha ocurrido es que el signo de la ostentación ha cambiado. Las generaciones mayores solo usan el móvil para llamar o recibir llamadas, frente a los más jóvenes que escuchan música y ven vídeos a todas horas desde sus dispositivos inalámbricos. Existen diferencias visibles entre quienes escuchan con auriculares frente a los que usan el pequeño altavoz del móvil; entre quienes usan auriculares de cable frente a los que usan altavoz Bluetooth; y entre los que usan auriculares de una determinada marca frente a otras “marcas blancas”. Lo que queremos decir es que la ostentación y la diferenciación siguen vigentes en nuestras tecnologías, pero los métodos empleados son diferentes.

Los cascos que la cantante Rihanna mostró en sus redes sociales en el año 2016 de la marca Dolce & Gabbana cuestan más de 7.500 euros. La exhibición pública de la escucha de música comunica al resto una interesante información acerca del estatus, las modas, las formas de consumo. La demostración pública de las tecnologías de escucha está en línea con la teoría de *La société du spectacle* a la que se refería Guy Debord en 1967, o al famoso estudio sobre *La distinción* de Pierre Bourdieu de 1979¹²⁰. Convertir la vida propia en un espectáculo, hacer visible nuestro día a día en las redes sociales, hace que cualquiera se sienta como un productor de contenido.

En los comienzos de esta tesis, nuestro método consistió en analizar las características de los aparatos de reproducción del sonido de música grabada para más tarde investigar las prácticas sociales e individuales de escucha. Sin embargo, nos dimos cuenta de que el análisis de los usos tecnológicos no puede aislarse ni puede entenderse sin sus vínculos con las prácticas sociales y psicologizadas. No es que la tecnología surja sin más para cambiar las sociedades, sino que debe ser analizada dentro de un eje rotatorio, dentro de un tipo de evolución circular.

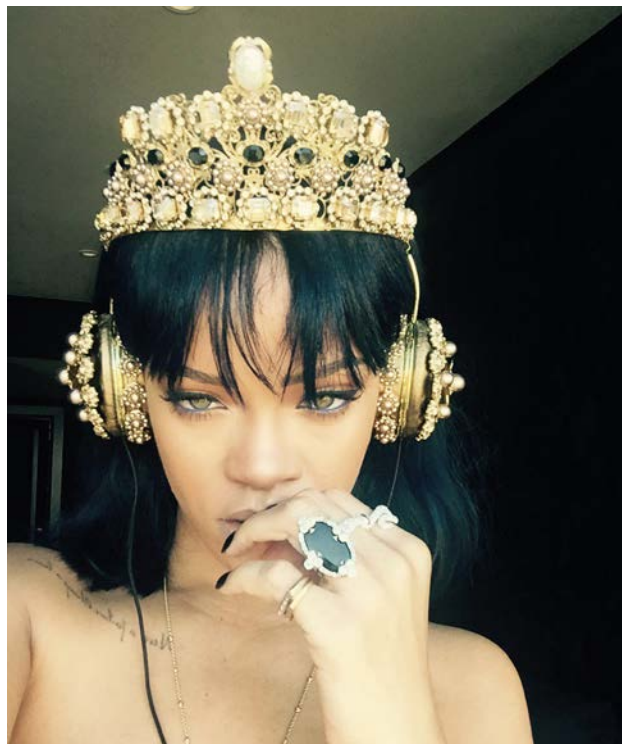
Las sociedades cambian sus estructuras como consecuencia de complejos factores históricos, políticos, económicos, sociales y culturales. Los individuos que conforman esas sociedades necesitan y solicitan nuevos desarrollos tecnológicos que den solución a sus intereses “modernos”, con lo que los deseos iniciales cambian, y con ellos, de nuevo las propias necesidades. Algunos de esos intereses son inventados, creados por la industria. A su vez, el desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación en las sociedades provocan profundos cambios en las

¹²⁰ DEBORD, GUY: *La Sociedad del espectáculo* (Valencia, Pre-textos, 2016, [La société du spectacle, 1967])

estructuras de socialización, acelerando así de nuevo el proceso para la cobertura en la demanda de esas necesidades, a las que vuelven a denominar “nuevas”¹²¹.

Con un ejemplo se verá mejor lo que quiero decir. Durante la Segunda Guerra Mundial se realizaron investigaciones cuyos resultados fueron cruciales para el final de la guerra. El Sonar fue aplicado para localizar submarinos usando un sistema de detección de frecuencias que se ampliaba al espectro sonoro entre los 20 y los 20.000 Hz, ámbito de escucha del oído humano. Pronto este avance pasó a los sistemas de grabación y de escucha de la música. Algo parecido ocurrió con el sistema SNR (*Signal-to-noise ratio*), usado para eliminar ruidos de fondo y que también proviene de investigaciones militares. Muchos de estos avances, con las modificaciones necesarias, tuvieron luego salida en los mercados de masas. El Magnetophon alemán, inventado para el espionaje durante la Segunda Guerra Mundial, pronto tendría salida comercial en los hogares para la primera grabación doméstica de la historia. Más tarde el magnetófono de carrete abierto daría paso al carrete cerrado, éste a la cinta de casete compacta de uso más fácil y masivo, y de ésta al Walkman en los ochenta.

Imagen 5. Rihanna con sus auriculares de Dolce & Gabbana en 2016.



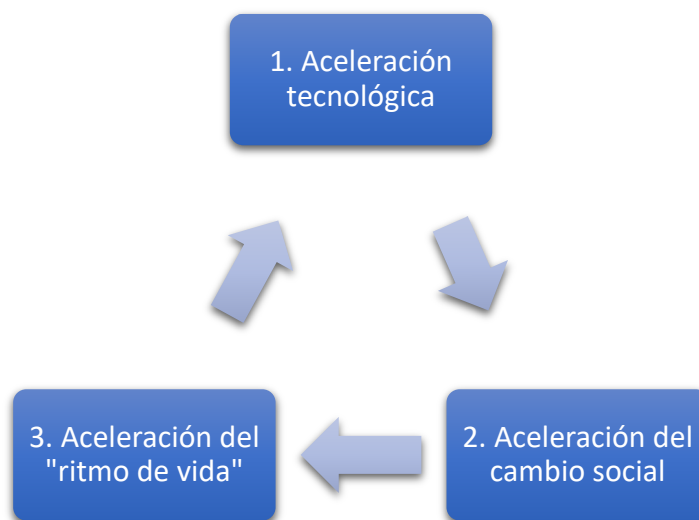
Rihanna en un selfi de Twitter con sus auriculares Dolce & Gabbana con pedrería de cristales Swarovski y perlas.

¹²¹ Vid. ROSA, HARTMUT: *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía* (Madrid, Katz Editores, 2016, [2013]).

Cada uno de estos aparatos ofrecieron nuevas formas de acercamiento a la música grabada y escuchada. Al mismo tiempo estos modos de escucha se dieron en contextos sociales enmarcados por unos hábitos, conductas, necesidades e inquietudes propias de su época y su cultura. Estas modas promovieron desde 1950 hasta finales de los setenta el desarrollo de tecnologías que cubrieran las carencias, las mejoras en la calidad de vida y la sociedad del bienestar de posguerra. La consecuencia fue la ampliación de tecnologías capaces de cubrir las mejoras e implementaciones, aunque con ello cambiasen de nuevo las estructuras comerciales, sociales y culturales.

En su libro *Alienación y aceleración*, el sociólogo alemán Hartmut Rosa explica todo esto con un sencillo esquema¹²²:

Gráfico 6: Esquema sobre la triple aceleración propuesta por Hartmut Rosa.



Para el sociólogo los desarrollos tecnológicos conducen a cambios sociales y éstos a su vez a cambios en los ritmos de vida que se sienten cada vez más aceleradamente en la historia social. En este sentido, los últimos cuarenta años han sido testigos de una aceleración mucho más pronunciada que en los últimos cien años, y los últimos cien años más que en el último milenio.

Aunque a priori estemos de acuerdo con esta triple aceleración, puede parecer que Hartmut Rosa está estableciendo un orden de prioridades al numerar cardinalmente cada uno de los procesos de la aceleración. Según este orden, en primer lugar, se darían los avances tecnológicos que a su vez provocan la aceleración en el ámbito social; los cambios sociales provocarían la

¹²² *Ibid.*, p. 54.

aceleración del ritmo de vida; y éste a su vez reclamaría inéditas tecnologías con el objeto de satisfacer necesidades nuevas. Nótese que en el esquema de Rosa las flechas son unidireccionales, evocando una lectura lineal. Nosotros proponemos un planteamiento en el que el proceso sea circular, en el que los tres tipos de aceleración se dan al mismo tiempo y en el que ningún factor sea consecuencia de otro, sino que todos forman parte de un único engranaje. Se trataría de una estructura organicista que aúne los tres procesos al mismo tiempo. Algo así:

Gráfico 7. Propuesta propia del mismo esquema de la triple aceleración de H. Rosa.



Harmunt Rosa enfatiza que la aceleración es un proceso histórico que afecta a la tecnología, al cambio social y a los ritmos de vida. Desde finales del siglo XVIII, el transporte, las comunicaciones y la producción —los tres principales ejes de la aceleración tecnológica en la industrialización—, formaron un primer desarrollo en la aceleración que intervino directamente en las actitudes, valores, modas y estilos de vida, en las relaciones, obligaciones sociales, grupos, clases, entornos, lenguajes, prácticas y hábitos.

La tecnología surge para hacer más fácil la vida y aumentar el tiempo de ocio de los individuos, pero resulta paradójico que el tiempo ganado a las obligaciones termine empleándose en

el uso de nuevas tecnologías que al mismo tiempo vuelven a ocupar nuestro tiempo de ocio ganado. Se trata de un círculo vicioso en el que las sociedades demandan nuevas tecnologías con la renovada e ilusoria esperanza de disponer de más tiempo libre pero que aceleran el ritmo de vida¹²³. Así, la inercia evolutiva del ser humano reclama excitantes y modernos aparatos que conforman nuevas praxis y modos de vida en un paroxismo vehemente cada vez más acelerado. Esto entraña la alienación de los individuos y las sociedades.

Anaclet Pons lo explica de la siguiente manera: «La velocidad y el acortamiento del tiempo son rasgos propios de la modernidad secularizada en la que los progresos de la ciencia y la cultura se producen y difunden cada vez más deprisa»¹²⁴. Una vez asegurados los logros, esos desarrollos influyen en las mismas sociedades que las crearon, que, por su necesidad y afán tecnológico, vuelven a exigir otros inventos, cuya llegada es celebrada a través de lo que Lipovetsky llama «tecnologías de la felicidad»¹²⁵. Por lo tanto, «la aceleración social en general y la aceleración tecnológica en particular son consecuencias lógicas de un sistema de mercado capitalista competitivo» ante la falsa promesa de una vida cultural plena¹²⁶. La promesa de una «propia vida» alejada de la tradición y las ataduras, basada «en la voluntad individual, en las grandes expectativas, en el hambre insaciable de nuevas experiencias, en la cada vez menor disposición a obedecer órdenes, a entrar en vereda, a hacer sacrificios»¹²⁷.

Es indiscutible que las modernas sociedades líquidas (Bauman, 2000) en la era de un capitalismo cultural basado en el ocio y en el acceso a las experiencias (Jeremy Rifkin, 2000; Beck, 1997, 2002) dista de comportamientos que le eran propios a la modernidad sólida, y cuyo potencial residía en el poder de las instituciones públicas, la producción industrial de mercancías para el intercambio y la compraventa, o la tradición, la religión y la familia. La modernidad sólida, según Bauman, comenzaría su descomposición a partir del final de la Segunda Guerra Mundial en un proceso que culmina a finales de la década de 1970. Mismo periodo identificado con las dos primeras fases del capitalismo de consumo a las que se refiere Lipovetsky¹²⁸.

¹²³ ROSA, HARMUT: *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía* (Madrid, Katz Editores, 2016, [2013]); especialmente su capítulo 1, “¿Qué es la aceleración social?”, pp. 15-39. En un sentido parecido Anaclet Pons contraponen las sociedades secularizadas modernas con las sociedades tradicionales. Y no muy lejos se hallan las ideas de modernidad sólida y líquida de Z. Bauman o las tres fases del capitalismo de consumo de G. Lipovetsky.

¹²⁴ PONS, ANACLET: *El desorden digital. Guía para historiadores y humanistas* (Madrid: Siglo XXI, 2013), p. 22.

¹²⁵ LIPOVETSKY, GILLES: *Metamorfosis de la cultura liberal* (Barcelona, Anagrama, 2003, [2002]), p. 34.

¹²⁶ ROSA, HARMUT: *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía* (Madrid, Katz Editores, 2016, [2013]), p. 43.

¹²⁷ BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. (Barcelona, Paidós, 2016, 2002), p. 69.

¹²⁸ Como veremos más adelante, Lipovetsky divide en tres fases el capitalismo de consumo con sus propias características de mercado ligadas a estructuras sociales: Fase I, de 1880 hasta el final de la Segunda Guerra

Estos tres sociólogos, Bauman, Rifkin y Lipovetsky, así como muchos otros académicos filósofos y filósofos sociales, entre otros U. Beck, M. Castells y U. Eco, comparten una misma idea que muestra la apertura de una brecha histórico-social cuyos primeros brotes aparecieron al término de la Segunda Guerra Mundial, y cuyos resultados llegan hasta hoy. También coinciden en que a finales de los setenta se produjo un cambio conducente a la formación de nuevas formas de estructuras sociales, políticas y económicas que denominaron modernidad líquida (Bauman), hipermodernidad (Lipovetsky y Marc Augé), segunda modernidad (Beck) o posmodernidad (Jean-François Lyotard). La brecha abierta desde finales de los setenta y que perdura hasta hoy es en la que nos centramos en la última parte de este trabajo. Pero para ello, consideramos relevante repasar tres de las teorías que hemos mencionado antes y su posible adopción por la sociología de la música.

La música, como forma de consumo cultural, no escapa a los envites del capitalismo¹²⁹. El llamado capitalismo de consumo tiene para Lipovetsky tres fases, que asocia muy de soslayo con algunos avances tecnológicos en su *libro La felicidad paradójica* (2007)¹³⁰. La tercera y última fase del capitalismo de consumo descrita por Lipovetsky comienza a finales de los setenta y principios de los ochenta, y durará, al menos hasta el año 2007, año de publicación del libro en el que recoge estas ideas¹³¹. El consumo se vuelve experiencial y es dirigido al individuo subjetivo y emocional. Es la época del hiperconsumo. Las motivaciones privadas prevalecen sobre los objetivos de distinción y de ostentación: se compran objetos para vivir, no para exhibir. Los mercados se segmentan y los productos se individualizan. Una tercera fase del capitalismo de consumo que comienza a la par que la digitalización del mundo¹³². Surgen grandes superficies comerciales que ya no venden de todo, sino que se especializan en la venta de determinados productos, lo que supone uno de los primeros pasos en la desaparición de las tiendas de discos. La innovación sustituye a la productividad industrial de los periodos anteriores caracterizada por la producción repetitiva y el modelo fordista.

Mundial; Fase II, de 1950 a finales de los setenta y; Fase III, de 1980 hasta el 2007, año de su publicación *La felicidad paradójica*.

¹²⁹ BECK, ULRICH: *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona, Paidós, 2017, [1997])

¹³⁰ Véase LIPOVETSKY, GILLES: *La felicidad paradójica* (Barcelona, Editorial Anagrama, 2013, [2006]).

¹³¹ El experto en economía Robert Gilpin indica que desde 1945 hasta 1980, el liderazgo económico mundial estaba en manos de Estados Unidos que llega a consensos con aliados transnacionales configurando conjuntamente una economía mundial de libre comercio proporcionando “una base firme para el desarrollo de una economía mundial internacional integrada”. Hemos comprobado que lo que Lipovetsky llama segunda fase del capitalismo de consumo coincide casi de pleno con este el periodo referido por Gilpin.

¹³² Los primeros soportes y reproductores de música aparecen en 1982 (aunque desde 1979 surge la grabación digital)

Es ahora cuando el consumidor se libera de todas las trabas espaciotemporales. A medida que nos acerquemos al final del siglo XX y sobre todo desde comienzos del siglo XXI, ya no será necesario acudir al establecimiento para comprar, lo que supone un segundo paso para el cierre de tiendas de discos. Las comunicaciones se digitalizan y se vuelven inmediatas. La relación espacio-tiempo se volatiliza. Internet permite comprar 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año: su entrada anuncia el cartel de “siempre abierto”. El acceso a la información no tiene límites y, «el capital intelectual es la fuerza motriz de la nueva era», advierte Rifkin¹³³. La organización colectiva del consumo llega a su fin, pues el tiempo dedicado al ocio es cada vez mayor y más individual, menos compartido físicamente y más virtualmente. Nunca en la historia se había escuchado tanta música como en la tercera fase del capitalismo de consumo¹³⁴.

Aunque el consumo es individualizado, existe un interés común por compartir los gustos y las identidades en las redes virtuales. En esta tercera fase es más importante visibilizar nuestras experiencias que nuestros objetos, así como visibilizar los objetos que dan acceso a las experiencias. Visibilizar la vida en las redes sociales supone un paso adelante en las prácticas de individualización socializada.

La música es etiquetada, clasificada y recomendada “a la carta” por algoritmos, sin la dictadura impuesta por el dial o las limitaciones que implica la colección privada de música en soporte sólido. La atomización individualista de las experiencias compartidas en pequeñas comunidades digitales aumenta la emoción psicologizada. En el espacio virtual todos se sienten partícipes, se piensan creadores de contenidos y de opiniones. Un periodo éste en el que cualquiera experimenta el pseudoperiodismo y la tertulia barata, la crítica y el intrusismo en el manejo de las redes sociales que ofrecen el medio idóneo para poder expresarse en la distancia. Se buscan *likes* a toda costa¹³⁵.

La tradicional comunidad referencial de la era industrial, proteccionista e integradora es sustituida por las «tecnologías del yo» (Foucault, 1988; DeNora, 1999), que adoptan un marcado carácter efímero, puntillista y frívolo en la construcción de identidades de grupo. Nunca fue tan

¹³³ RIFKIN, *La era del acceso...*, p. 15.

¹³⁴ Si en el 2018, los encuestados por el IFPI pasaban 17,8 horas semanales escuchando música, en el 2019 se llega a 18 horas, lo equivale unas 2,6 horas diarias o el equivalente a escuchar 52 canciones de tres minutos. Véase informe IFPI *Releases Music Listening 2019* en <https://www.ifpi.org/news/IFPI-releases-music-listening-2019> [3-12-2019]

¹³⁵ Dice el filósofo surcoreano Byung-Chul Han, empleando conscientemente el término resonancia de Hartmut Rosa: «La comunicación digital consta de cámaras de eco, en las que uno se escucha hablar ante todo asimismo. Los “me gusta”, los amigos y los seguidores no constituyen ningún campo de resonancia. No hacen más que amplificar el eco del yo»; véase HAN, BYUNG-CHUL: *La desaparición de los rituales* (Barcelona, Herder Editorial, 2020, [2019]), p. 23.

fácil entrar y salir de los grupos de referencia sociales. Nunca había sido tan fácil hacer amigos y desprenderse de ellos. Una amistad caracterizada por la distancia y la virtualidad. La presencialidad, el cara a cara, convive con frágiles redes de intercambio a través de experiencias subjetivas y liberadas al espacio público. El acceso a los contenidos es inmediato y ubicuo y el aumento de la tecnologización de la vida acapara todas las franjas de edad, no sólo a los más jóvenes, como ocurría en la segunda fase¹³⁶. Los adultos adoptan actitudes infantiles en el manejo de teléfonos móviles o el juego con consolas, algo reservado en los ochenta y noventa a los niños.

El confort deviene en simulacro de la felicidad: *Le bonheur paradoxal* que diría Lipovetsky (2006). La capacidad de elección del consumidor de la segunda fase le hacía sentirse libre. En la tercera fase surge la (hiper)elección de una gama inmensamente mayor de productos (hiper)personalizados. Los contenidos se diversifican para atender las necesidades individuales, no las necesidades generales. La diversificación y la clasificación ya no serán objeto exclusivo de la mercadotecnia, sino que la inteligencia artificial y los algoritmos tomarán las decisiones definitivas en cuanto a la cultura de consumo. Los contenidos de ocio familiares provenientes de la televisión o la radio cederán espacio en favor de la personalización del consumo de contenidos que acuden al encuentro de cada uno sin necesidad de buscarlos. La pregunta al compañero de trabajo ya no es qué te pareció la película, el programa o concurso de ayer, sino qué serie de Netflix estás siguiendo ahora¹³⁷. Los contenidos se fragmentan en pequeñas píldoras que son tomadas en numerosas sesiones. El final del drama se posterga cuanto sea posible. En un mismo hogar cada miembro de la familia consume sus propios contenidos personalizados.

En esta tercera fase del capitalismo de consumo que define Lipovetsky, el monoequipamiento es sustituido por el pluriequipamiento: los hogares de esta fase suelen tener una televisión por habitación, algunas con conexión a internet (las llamadas *Smart TV*), varias tabletas y teléfonos inteligentes también con acceso a la red, y en muchos casos, dos o más coches por hogar. El consumo es continuo y es el comercio el que acude en busca del consumidor subjetivado, un consumidor impaciente que espera en su hogar¹³⁸. Con la inmediatez proporcionada

¹³⁶ Lipovetsky y Bauman hablan de la infantilización del hombre adulto que se suma al juego online, los videojuegos y las consolas.

¹³⁷ Vid. SANZ EZQUERRO, DAVID: "El vicio de las series: lo que la gente deja de hacer por ver la televisión", *El Mundo*, 24 de junio de 2019. El 82,6% de los españoles reconoce que ve series y el 62,5% afirma que son muy importantes en su vida. Los encuestados afirman quitar tiempo de otras actividades por culpa de las series como leer libros (17,8%), navegar por internet (15,2%) o escuchar música (11,8%). Véase <https://www.elmundo.es/television/2019/06/24/5d0d20d2fc6c8303098b461d.html> [18 diciembre 2019]

¹³⁸ En 2017, el 22% de la población mundial compraba por internet. En algunos países las cifras llegan casi hasta el 80%. Vid. <https://marketing4ecommerce.net/lideres-en-gasto-medio-en-comercio-electronico-en-el-mundo-2019/> [18 diciembre 2019]

por internet el espacio-tiempo es ya continuo, cubriendo en un instante tanto los deseos y exigencias del individuo hedonista posmoderno como las necesidades del capitalismo. El cliente siempre llevará razón en esta fase del hiperconsumo y de los comportamientos. Los discursos se psicologizan en extremo.

En la tercera fase de consumo no hay dificultades para amar, pero sí para adquirir compromisos serios del tipo «hasta que la muerte os separe»¹³⁹. El amor líquido (Bauman, 2015) metafórica la inestabilidad de las relaciones, al mismo tiempo que fortalece la independencia de la mujer. Un amor que también participa de la fiesta del consumo a través de aplicaciones informáticas que, a modo de alcahuetas algorítmicas, busca el emparejamiento de patrones ideales. Aplicaciones que usan algoritmos capaces de identificar características que convoquen al flujo del amor. Se practica el zapeo de los corazones y aumentan las separaciones y las relaciones temporales. Surgen todo tipo de flujos en la vigilancia, el miedo, el consumo, la educación (Bauman). El tiempo y el espacio son completamente líquidos. La música también lo será.

La tecnología por sí sola no es capaz de mudar hábitos o conformar nuevos paradigmas de sociabilidad (Howard & Jones 2005, Campos 2008, Wajcman 2015), pero no se puede discutir que la aceleración tecnológica (Hartmut Rosa, 2013) aplicada a la música, cuya presencia se da ostensiblemente desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días, ha ayudado a concebir nuevas conductas de interacción social y cultural bajo el paraguas de teorías globalizadoras (Beck, 1997; Bauman, 1998; Held y McGrew, 2002) sobre el consumo de masas y del desarrollo tecnológico¹⁴⁰.

Vimos que una de las definiciones de Stephen J. Kline sobre la tecnología destacaba la importancia de su carácter sociotécnico y los usos sociales. Desde esta misma perspectiva sociotécnica, la socióloga australiana Judy Wajcman (1999) adjudica a la tecnología tres elementos principales: los objetos materiales propiamente dichos, las actividades que giran en torno a ellos y los conocimientos técnicos que facilitan su utilización¹⁴¹. Para Pierre Lévy «las tecnologías son producto de una sociedad y de una cultura»¹⁴². En la misma línea, Simon Frith argumenta

¹³⁹ La tasa de divorcio entre 1960 y 1970 creció un 9% cada año en Gran Bretaña, duplicando la década anterior. En 1972 se volvió a duplicar. El número de divorcios anuales alcanzó su cifra más alta en 1993 y desde el 2004 hasta el 2007 descendió ligeramente. Aún así, como advierten Los sociólogos Anthony Giddens y Philip W. Sutton, “esta cifra sigue siendo muy elevada en comparación con cualquier período previo”, *vid.* GIDDENS, ANTHONY Y PHILIP W. SUTTON: *Sociología* (Madrid, Alianza Editorial, 2014)

¹⁴⁰ Preferimos dar las fechas de la primera edición, aunque aquí hayamos trabajado otras, para hacernos una idea de que buena parte de la biografía relacionada con nuestro trabajo de estudio es sincrónica a los hechos descritos los capítulos relacionados con la era digital.

¹⁴¹ PRIOR, NICK: *Popular music, digital technology society* (Londres, SAGE Publications Ltd, 2018), pp. 3-4

¹⁴² LÉVY, PIERRE: *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* (Barcelona: Anthropos, 2011, [2007]), p. 7.

que «La tecnología no determina la cultura, es la cultura la que determina la tecnología»¹⁴³. Y por otro lado, Nicholas Cook considera: «digital technology has pretty much changed how music works, and the planet remains in a state of not only technological but also social, aesthetic and commercial transition –though quite what it is a transition to is not so clear»¹⁴⁴. Lévy, Frith y Cook están de acuerdo en que son múltiples los factores que producen los cambios, analizando cada uno algún aspecto concreto de la sociedad. Lévy lo hace desde lo que llama la «economía política de la música», Frith desde el uso de tecnologías y sus consecuencias sociales entre los jóvenes, y N. Cook se centra en el potencial de internet.

Una de las preguntas más acertadas a la hora de estudiar las relaciones que se generan entre la tecnología musical y las sociedades es la que formula Jonathan Sterne: «¿Cómo y por qué las tecnologías de producción de sonido adoptaron las formas y funciones tecnológicas y culturales concretas que adoptaron?»¹⁴⁵. La respuesta que ofrece el propio Sterne está en consonancia con algunos de los postulados planteados por Lévy, Frith y Wajcman, pero también con uno de los objetivos transversales de esta tesis. La respuesta se halla en considerar los mundos sociales y culturales y no limitarnos a la mera condición mecánica¹⁴⁶. Sterne explica las razones para el surgimiento de las primeras tecnologías de grabación y reproducción del sonido a finales del siglo XIX y comienzos del XX, así como la consecuente transformación de las sociedades ulteriores. El mismo objetivo perseguimos nosotros, explicar las razones sociales que modificaron las prácticas aurales ayudadas por los desarrollos tecnológicos un siglo después. No solo pretendemos anunciar los cambios de paradigma de la era digital sino, sobre todo, tratar de mostrar las condiciones sociales que los hicieron posibles. No como consecuencia *de*, como hace Hartmut Rosa sino como consecuencia *en*. De ahí el análisis extenso que hemos dedicado a las fases del capitalismo de consumo de Lipovestky.

Las posibles distinciones entre cultura, sociedad y técnica no pueden ser más que conceptuales; meros conceptos generados y apropiados por la era en que son manejados. Así, la tecnología siempre se genera en el contexto de una cultura determinada, aunque la sociedad no siempre responda a las propuestas y/o necesidades que la industria requiere. Por el contrario, las sociedades tienden a abrir caminos en el uso, las técnicas y los manejos, muchas de las veces

¹⁴³ Citado en CAMPOS GARCÍA, JOSÉ LUIS: Cuando la música cruzó la frontera digital. Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical (Madrid, Editorial Biblioteca Nueva, 2008), p. 37

¹⁴⁴ COOK, NICHOLAS, MONIQUE M. INGALLS y DAVID TRIPPETT (eds.): *The Cambridge Companion to music in digital culture* (Gran Bretaña, Cambridge University Press, 2019), p. 5.

¹⁴⁵ STERNE, JONATHAN: *The audible past. Cultural origins of sound reproduction* (Estados Unidos, Duke University Press, 2003), pp. 1-2; [*How and why did sound-reproduction technologies take on the particular technological and cultural forms and functions they did?*]

¹⁴⁶ *Ibid.*, [*To answer these questions we move from considering simple mechanical possibility out into the social and cultural worlds from which the technologies emerged*].

lejanas a los objetivos y planteamientos iniciales¹⁴⁷. Un método distante al del determinismo tecnológico que afirma que «en nuestras sociedades los cambios tecno-económicos no determinan los cambios culturales»¹⁴⁸. Por tanto, si queremos entender la transformación de los modos de escucha que supuso al paradigma digital, es necesario, dado el vacío que existe en musicología, que busquemos aliados en campos del saber relacionados con la sociología de la música, con los estudios culturales y la filosofía.

No nos interesa tanto en este capítulo lo que la tecnología hace por sí misma como lo que la tecnología nos provoca a hacer¹⁴⁹. Ya lo advertía Gordon Stevenson en 1972, (década que coincide, no por casualidad, con el paso de la modernidad sólida a la líquida a la que se refiere Bauman, o el paso de la fase II a la III de Lipovetsky en la que se anticipa un cambio de paradigma social, político y cultural de calado): «La música, por tanto, es una actividad social y cultural mediada por tecnologías»¹⁵⁰. Mediada porque cada tecnología implica una mediación, pero sobre todo se trata de una actividad social y cultural. Para entender mejor esta idea, permítasenos la cita larga de Stevenson en la que compara el tipo de sistematización bibliográfica con la discográfica:

Al igual que el libro y la palabra impresa, los artefactos del sonido grabado son espejos de décadas pasadas, productos de tiempos, lugares, culturas y subculturas específicas. Son fuentes históricas, pero tienen su propia historia, porque forman parte de la historia de la propia sociedad que documentan. La sociedad ha cambiado, al menos hasta cierto punto, por su interacción con este nuevo medio. Lo mismo puede decirse de la música grabada, ya que, al ser grabada y difundida mecánicamente, la naturaleza misma del arte de la música cambió de alguna manera. Así como el estudio de la historia del libro y de la industria de la imprenta es fundamental para comprender la cultura occidental, también el estudio de la historia de la fabricación y difusión de grabaciones sonoras debe llevarse a cabo para lo que pueda revelar sobre la naturaleza de las comunicaciones en el siglo XX. ¿Cómo se produjeron los registros, por qué y para quién? ¿A qué funciones se dedicaba la industria? ¿Qué ramificaciones tuvo en la vida de las personas que se vieron afectadas por este fenómeno del siglo XX? Hacer estas preguntas sugiere que la historia del sonido grabado necesita ser estudiada no sólo por el valor intrínseco de los contenidos de los

¹⁴⁷ *Ibid.*, p. 9.

¹⁴⁸ LIPOVETSKY, GILLES: *La era del vacío* (Barcelona, Anagrama, 2018, [1983]), pp. 82-83. Véase también CAMPOS GARCÍA, JOSÉ LUIS: *Cuando la música cruzó la frontera digital. Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical* (Madrid, Editorial Biblioteca Nueva, 2008).

¹⁴⁹ LASÉN, AMPARO Y HÉCTOR FOUCE. 2010. “Música, tecnología y creatividad”, en *TRANS-Revista Transcultural de Música* 14 (artículo 1) [Consultado 7 de octubre de 2018]

¹⁵⁰ *Ibid.*

documentos auditivos del pasado, sino también por lo que este estudio puede revelar sobre la naturaleza de la interrelación entre la tecnología y las artes del hombre¹⁵¹.

Precisamente, esas ramificaciones en la vida de las personas son las que estamos intentando establecer aquí cada vez que hablamos de la escucha de la música.

El debate sobre la distribución de la música en internet en los últimos años se polariza, como advierte José Luis Campos, entre, por un lado, la idea «que enfatiza la inmaterialidad de la música [que] fluye y puede reproducirse *ad infinitum* en un entorno digital, y por el contrario la insistencia en contenerla físicamente en soportes materiales»¹⁵². Debemos recordar que Campos publicaba esto en el año 2008, justo cuando las plataformas en *streaming* habían comenzado a hacerse un hueco en el futuro de la distribución musical y cuyo modelo no ha cesado de replantear los modelos de acceso. Son los años en los que se consolida ese paradigma de acceso online a los contenidos digitales.

Existe otro debate abierto desde la implantación masiva del internet doméstico en la segunda mitad de los noventa, ciertamente superado. Ya no hablamos del acceso a internet o del internet de las cosas, sino en las diversas formas de intercambio de conocimiento y acceso. Hemos pasado de preguntarnos qué es internet a cómo podemos acceder a la red e interconectar y sincronizar diferentes dispositivos. La incertidumbre generada durante los primeros años de conexión a internet, las preguntas en torno al futuro, sus peligros y sus virtudes, pronto fueron desestimadas para centrarse en la forma de conectividad y los medios que abren la puerta a los diferentes contenidos. Con la música ocurrió algo parecido: pasamos de usar internet para el intercambio de archivos al uso de plataformas con acceso infinito al mundo sonoro.

Pero si algo podemos destacar desde el final de la segunda Guerra Mundial hasta nuestros días, es que el desarrollo tecnológico y sus usos para la cultura de masas no tiene precedentes

¹⁵¹ STEVENSON, GORDON: "Discography: Scientific, Analytical, Historical and Systematic", *Library Trends* 21, (julio 1972), pp. 109-110; [*Like the book and the printed word, the artifacts of recorded sound are mirrors of past decades, products of specific times, places, cultures, and sub-cultures. They are historical sources, but they have their own history, for they are part of the history of the very society which they document. Society was changed at least to some degree by its interaction with this new media. The same can be said of the music recorded, for in its being recorded and disseminated mechanically the very nature of the art of music was somehow changed. Just as a study of the history of the book and the printing industry is central to an understanding of Western culture, so a study of the history of the manufacture and dissemination of sound recordings must be undertaken for whatever it can reveal about the nature of communications in the twentieth century. How were records produced, why, and for whom? What functions did the industry serve? What ramifications did it have on the lives of the people that were touched by this typically twentieth-century phenomenon? To ask these questions suggests that the history of recorded sound needs to be studied not only for the intrinsic value of the contents of aural documents from the past, but also for what this study can reveal about the nature of the interrelationship between technology and the arts of man*].

¹⁵² CAMPOS, *Cuando la música...*, p. 24. La discusión entre la materialidad y la no materialidad de la música ya ha quedado explicada en el capítulo dedicado a los soportes.

históricos, y que la aceleración de los procesos sociales y de consumo se suceden a velocidad vertiginosa. Países como Estados Unidos, Alemania, Holanda o Japón, destacan por el extraordinario y creciente desarrollo de productos de mercado vinculados al consumo audiovisual. «Y es que, al hacerse perdurables, fijándose en un soporte físico, los bienes culturales pudieron convertirse en mercancías», advierte acertadamente Aguilera, con un tono que recuerda a los escritos de Benjamin y Adorno¹⁵³. A lo que debemos añadir que internet en los noventa aceleró determinados procesos de producción, distribución y acceso, obsequiando a las nuevas generaciones con formas y estructuras nunca conocidas.

A estas alturas, tal vez debamos establecer una importante diferenciación entre la música clásica y la popular. La música clásica desde la Modernidad se ha organizado en base a dos sistemas cerrados de producción y “consumo”¹⁵⁴. Por un lado, el sistema en el que intervienen el compositor, el editor de partituras y el “empresario” musical encargado de hacer llegar esa música al auditorio mediante intérpretes que tocan ante un público, pagara este o no una entrada. Por otro lado, la producción privada de la aristocracia y la burguesía para círculos pequeños afines. Por su parte, la música de masas que surge con la reproductibilidad técnica (como la llamó Walter Benjamin), aprendió a nutrirse de la música popular del siglo XIX para elaborar un «empaquetado de la cultura» que resultaría mucho más democrático en cuanto al acceso para una audiencia que antes tenía prohibida la entrada¹⁵⁵. Luego, las formas de consumo de música clásica siempre tuvieron un sesgo claramente clasista que acabó democratizándose gracias a la grabación del sonido, primero el gramófono y la radio, y más tarde el vinilo, la cinta, el CD, y por último, internet.

La música se oye mayoritariamente hoy en grabaciones que suenan en altavoces y auriculares. Podemos anticipar sin miedo a equivocarnos, que la música popular participa mucho más de la cultura de masas en torno a la grabación que la música clásica. Más aún, la música clásica desplegó sus velas cuando el viento favorable de la música popular ya hubo consolidado y democratizado el acceso a la música a través de las grabaciones, algo que ocurrió en las décadas de 1920 y 1930.

Una diferencia que hemos podido constatar es que, en el caso de la música anterior a la grabación sonora, el oyente es tratado como “público” dada su sobreentendida presencia física y tal vez su estatus, sin embargo, a partir de la música grabada, la tendencia habitual será hablar

¹⁵³ CLOUTIER, 1975: 37, citado en DE AGUILERA, MIGUEL, JOAN E. ADELL y ANA SEDEÑO (eds.): *Comunicación y música, I. Lenguaje y medios* (Barcelona: Editorial UOC, 2008), p. 38-39.

¹⁵⁴ Véase BERGER, KAROL: *Bach's cycle, Mozart's Arrow. An Essay on the origins of musical modernity* (University of California Press, 2007).

¹⁵⁵ CLOUTIER, *Op. Cit.* p. 40.

de oyentes, audiencias, cultura de masas y hasta de consumidores, pero rara vez de públicos¹⁵⁶. Esta diferencia terminológica resulta relevante, ya que desde finales del siglo XIX hubo un interés especial en separar ambas formas de escucha. La escucha en vivo venía a identificarse con lo “auténtico” y lo “original”, y la música grabada con un subproducto mecanizado de menor valor, cuya única finalidad era plasmar e imitar a la música en vivo, considerada la realidad, la verdad y lo auténtico.

Muchas de las veces, como ya se ha dicho, el uso de las tecnologías difiere del propósito inicial de los fabricantes para acabar siendo las propias sociedades las que apliquen múltiples funciones de uso que van más allá, ya no solo de los objetivos de los fabricantes, sino de los reglamentos y las leyes, obligando así a tomar decisiones gubernamentales con carácter de urgencia¹⁵⁷. Es lo que Campos llama «el funcionamiento caótico o aleatorio de la tecnología» y cuyo ejemplo más claro es la aparición del MP3 en 1995¹⁵⁸: un formato que se convirtió en muy poco tiempo en un medio de difusión de música grabada incontrolable para la industria discográfica, así como para los autores, gestores del *copyright* y de los defensores de los derechos morales y patrimoniales.

A tenor de ello, podría parecer que la industria del disco, con la RIAA a la cabeza, junto con la presión ejercida a los Estados para la aprobación célere de nuevas leyes regulatorias de los derechos de autor, fueron las causas que llevaron a los sistemas de pares a ser considerados ilegales y su consecuente disolución. Pero recordemos que la piratería tiene un recorrido histórico a través de copias caseras de partituras, robo de manuscritos, venta de una misma partitura a diferentes editores a la vez, copia doméstica de la cinta de casete, tostadoras de CD, compresión del sonido y transmisión en internet, y las que vayan apareciendo.

También podría parecer que el miedo a las duras restricciones y multas impuestas por los gobiernos colocaron a los oyentes en el camino a las plataformas de música en streaming, algo que no es cierto porque a pesar de las multas a gente elegida al azar las redes de pares no dejaron de aumentar hasta que el público pudo disponer del streaming.

Ni tan siquiera fueron los responsables del cambio «Steve Jobs, la nube, el Smartphone o la tarifa plana de datos los que empujaron el consumo de entretenimiento hacia modelos de suscripción por demanda como Spotify y Netflix», como afirma la periodista española

¹⁵⁶ El concepto de música en vivo ha cambiado con aplicación de la tecnología digital en nuestras vidas. Por ejemplo, un concierto en directo emitido por YouTube es considerado música en vivo. *Vid.* SANDEN, PAUL: “Rethinking liveness in the digital age”, en COOK, *The Cambridge Companion...*, pp. 178-192. Sanden lo llama la *virtual liveness*, algo así como la vivencia virtual, en la que el medio digital es esencial y la performance se produce al mismo tiempo que su escucha y su visualización *online*.

¹⁵⁷ Ya lo hemos visto en el capítulo dedicado a la desaparición del soporte.

¹⁵⁸ CAMPOS, *Cuando la música cruzó...*, p. 34

especializada en tecnología Marta Peirano¹⁵⁹. Fíjese que con la excepción del tándem Universal-Seagram-Sony del año 1999, los primeros intentos serios de plataformas para la descarga de música son del año 2001 (MusicNet con BMG, EMI y Warner; PressPlay con Universal y Sony; y iTunes de Apple). La nube y el Smartphone no empezaron su andadura hasta el 2005 y los primeros servicios de música en red por suscripción no tuvieron éxito hasta comienzos de la década del 2010. Los responsables del cambio no fueron Jobs, Spotify, Netflix o la nube, sino el cambio de paradigma social que llevaba al oyente a la era del acceso descrita por sociólogos y filósofos alrededor del nuevo milenio. Puede que los expertos en tecnología y los periodistas tecnológicos maravillen a sus lectores con pequeños secretos desconocidos como hace Peirano, pero no se trata de una cuestión tecnológica sino de las consecuencias que éstas tienen sobre las sociedades que las manejan.

Para entender completamente la transformación y el cambio de un modelo, no debemos dirigir nuestra mirada exclusivamente a los desarrollos tecnológicos. Debemos oír lo que dicen la sociología y la filosofía. Libros como *L'ère du vide. Essais sur l'individualisme contemporain* (1983) de Gilles Lipovetsky, *Liquid modernity* (2000) de Zygmunt Bauman o *The Age Of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-For Experience* (2000) de Jeremy Rifkin, ya anticiparon los cambios en los modelos de consumo centrados en el acceso a todo tipo de experiencias y objetos de la cultura, el conocimiento y la información. Estos autores explicaron el paso de un capitalismo industrial a otro cultural, y de una sociedad sólida a otra líquida. A la postre, no fueron Steve Jobs ni la nube ni el Smartphone ni la tarifa plana los que nos condujeron hasta aquí, sino los cambios de paradigma que comienzan ya en los ochenta y que se aceleran en los noventa con la mundialización de las conexiones digitales y la apertura global al ciberespacio. La aceleración tecnológica, social, y de los ritmos de vida (H. Rosa), junto a nuevas formas de ocio, el realce de determinadas ideologías y modelos económicos (individualismo, neoliberalismo, capitalismo), y de consumo (mejoras en el marketing, diseños digitales, compra *online*, hiperconsumismo, etc.), son los elementos que a mi juicio nos pusieron en frente del acceso, del internet de las cosas, de la desnacionalización y la desregulación de los mercados digitales y las telecomunicaciones. Como consecuencia de estos anticipos descritos por la sociología, surgieron inéditas aproximaciones a la escucha de música digital.

Los cambios en los modos de escucha no solamente están asociados a nuevos desarrollos tecnológicos sino a la descomposición de ciertas estructuras previas. Estructuras de carácter

¹⁵⁹ PEIRANO, MARTA: *El enemigo conoce el sistema* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2020, [2019]), p. 200.

institucional pero también en los hábitos y las costumbres. Y hasta cambios en los comportamientos éticos y morales con el uso de las tecnologías. Por ello, hemos recurrido a investigadores que examinan los entornos mediáticos desde una amplia mirada que nos ayude a centrar los modos aurales de la era digital. La mayoría de estos estudios sobre la escucha han provenido de la historia cultural, los *sound studies*, la historia de la ciencia y la tecnología, y ya desde hace unos veinte años, desde la musicología. Aquí abogamos por un enfoque ampliamente multidisciplinar sustentado por un mástil musicológico, pero con una fuerte carga historiográfica y social, teórica y filosófica, aun a riesgo de parecer atrevidos o presuntuosos.

La mirada compartida por buena parte de la sociología de las dos últimas décadas manifiesta que las sociedades de la segunda mitad del siglo XX sufrieron cambios esenciales cuyos procesos se encuentran todavía activos. Surgieron actitudes, ideologías y conductas, tales como el hiperconsumismo (Lipovetsky), las aceleraciones tecnológicas, sociales y del ritmo de vida (Rosa), la individualización y la personalización entendidas como la autonomía hedonista del individuo postmoderno (Bauman, Rifkin), la obsolescencia del hombre (Günter Anders, 2002) y de los productos, y una manifiesta falta de empatía deshumanizadora (Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky, Umberto Eco, etc.)¹⁶⁰. Algunas de estas conductas encuentran reflejo en los modos sobre el manejo de la música y los modos de escucharla que forma parte de una amplia cultura.

Los procesos de aceleración de la cuarta era industrial, la individualización del ser humano tanto en cuanto a su pérdida de empatía, el implacable avance del consumismo, el rápido acceso a los bienes culturales y los resultados democratizadores o unificadores del gusto guiados por la globalización económico-mediática, la ampliación y multi-etiquetado de los contenidos y la facilidad de acceso a ellos que cohesionó la cimentación de individuos culturalmente omnívoros, todo ello, tiene un nítido reflejo en los modos de escucha de música en la era digital.

El acortamiento del tiempo y la reducción del espacio, la reducción de las fronteras y la velocidad de las comunicaciones son los mejores indicadores de nuestro mundo globalizado. Algunos sociólogos advierten de los peligros de la globalización pues puede terminar socavando la pluralidad cultural, amenazando la desaparición de formas culturales minoritarias (sobre todo no occidentales, o mejor, no anglosajonas), también conlleva que las culturas dominantes se impongan sobre las dominadas. La transculturación, la ósmosis cultural, la

¹⁶⁰ El ser humano no tuvo conciencia de su propio ser como individuo hasta el Neolítico, cuando pequeños grupos étnicos se hicieron con el control de la tierra y el ganado en donde la pequeña especialización en las labores diferenció las capacidades y trabajos de cada individuo. Vid. RIFKIN, JEREMY: *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis* (Barcelona, Paidós, 2018, [2009])

interculturación, posibilitan la diáspora del saber siempre que el poder globalizador de la industria de la música no termine aculturando o expoliando las músicas consideradas minoritarias.

El uso social que se hace de un artefacto revela un conjunto de prácticas con las que se asocia. Estas prácticas dan sentido al objeto de la misma manera que el objeto revela información sobre los usuarios¹⁶¹. El objeto revela información del porqué, el cómo, el cuándo, la manera en que son fabricados y usados por las sociedades. Tal fue la revolución en torno a la escucha del iPod y el MP3 portátiles, por ejemplo, que se convirtió en objeto de estudio social por parte de Michael Bull, profesor en estudios del sonido en la universidad inglesa de Sussex. Del año 2006 es su revelador estudio, *Sounding out the city. Personal stereos and the management of everyday life* que inciden en las tendencias de la escucha portátil, un estudio del que tomaremos prestadas aquí algunas ideas relevantes¹⁶².

Lo social ha sufrido una transformación a través de la colonización del espacio público y privado gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación. La experiencia individual, la interioridad, ha cambiado, y con ella, el modo de ver el mundo que nos rodea y a nosotros mismos. Las prácticas aurales a través de la tecnología cultural de masas indujeron modos inéditos de experiencia aurática, no solo para con la música en sí, sino mediante la construcción de paisajes sonoros íntimos que conectan al individuo escuchante con el mundo circundante, objeto de estudio prioritario de la psicoacústica¹⁶³.

No nos cabe duda alguna de que la digitalización de la música ha modificado las formas en que la gente escucha música¹⁶⁴. Recordemos el ejemplo del P2P mediante el cual los usuarios se convirtieron al mismo tiempo en distribuidores y consumidores globales de música. Es sabido que Shawn Fanning y Sean Parker solo pretendieron inicialmente intercambiar música con sus amigos de la universidad, pero quienes se hicieron con el programa hacían lo mismo, con lo que esta red para el intercambio de archivos terminó internacionalizándose (y Fanning en los tribunales). La música discurre paralela a la sociedad que la crea, la distribuye y la consume.

¹⁶¹ BULL, MICHAEL: *Sounding out the city. Personal stereos and the management of everyday life*, (New York: Berg, 2006, [2000]), p. 6

¹⁶² *Ibid.*

¹⁶³ El estudio de la psico-acústica es un campo más o menos reciente. Los primeros estudios aparecen a comienzos del siglo XX (especialmente de 1910 a 1930), justo en el periodo en el que aparecen una serie de tecnologías (teléfono, fonógrafo, gramófono) que movieron la preocupación por la acústica psicológica a la hora de abordar las nuevas formas de escucha en todos esos nuevos aparatos de reproducción del sonido, sustituyendo así el enfoque fisiológico de la audición que se venía dando desde el siglo XVIII y sobre todo con los estudios de Hermann Helmholtz en la segunda mitad del XIX. No menos importante es percibir que estos estudios sobre la psico-acústica surgen en un momento en el que la psicología en su conjunto aspiraba a la condición y estatus de ciencia física. *Vid.* STERNE, *MP3: The meaning...*, p. 34-40.

¹⁶⁴ FOUCE, HÉCTOR: “De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, N°. 34, Vol. XVII, 2010, pp. 65-72

Los años setenta fueron testigos de la puesta a punto y comercialización del microprocesador, desencadenando importantes cambios en lo económico y lo social. Los ochenta marcaron el futuro de la informática doméstica, y en los noventa floreció el acceso a la red de redes, todo ello acelerado con amplios y complicados procesos globales. Paul Lévy subrayó en el año 2007:

Los años ochenta vieron dibujarse el horizonte contemporáneo del multimedia. La informática perdió poco a poco su estatuto de técnica y de sector industrial particular y comenzó su fusión con las telecomunicaciones, la edición, el cine y la televisión. La digitalización alcanzó primero la producción y la grabación de música, pero los microprocesadores y las memorias informáticas tendían a convertirse en la infraestructura de producción de todo el campo de la comunicación¹⁶⁵.

La velocidad del cambio es tal que las sociedades no son capaces de transformar sus hábitos, rutinas y conductas a la misma velocidad que lo hacen sus propios desarrollos tecnológicos. Una velocidad y un rumbo que no se mantienen por mucho tiempo en la modernidad líquida¹⁶⁶. Todo está programado para fenecer, incluso antes de ponerse en venta. El vertedero tecnológico se ha colmado de aparatos que ya no caducan en años sino en meses o incluso semanas, de la misma manera que el negocio de la cultura incinera sus productos en cuestión de días.

Las canciones más vendidas y escuchadas de la música popular son productos de consumo rápido y fácil, una obsolescencia programada que viene determinada por el poder de una industria que fragmenta y atomiza las listas de éxitos. Como el negocio de la comida rápida, la música puede adquirirse en cualquier sitio, no hace falta que sea de una excelente calidad, mucho menos merecedora del tiempo necesario para “degustarla”, para prestarle cierta atención, se comercializa para ser devorada, se consumen en movimiento y, mayoritariamente, en las ciudades. Si el tipo de comida rápida suele llamarse comida basura, ¿cómo deberíamos denominar a la música que tiene las mismas características?

Por su parte las industrias globales creadoras de cultura dirigida no fallan en su empeño por intentar crear conductas, gustos y hábitos de consumo de carácter universal, a pesar de ofrecer, paradójicamente, importantes oportunidades para la construcción de identidades individuales mediante listas de reproducción y el uso de algoritmos, por ejemplo. Una posible solución a la debacle global la ofreció Ulrich Beck en 1997: «una de las mayores respuestas a la globalización consiste en construir la sociedad del saber y la cultura»¹⁶⁷. Una solución que no se ha

¹⁶⁵ LÉVY, Pierre: *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* (Barcelona: Anthropos, 2011, [2007]), p. 17.

¹⁶⁶ Vid. BAUMAN, ZYGMUNT: *Vida líquida* (Barcelona: Planeta, 2015, [2005]).

¹⁶⁷ BECK, Ulrich: *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona, Paidós, 2017, [1997]), p. 30.

puesto todavía en práctica. «Junto a los gobiernos hay cada vez más actores transnacionales con cada vez mayor poder», insiste Beck: un argumento constatable al comprobar la fabricación de tecnología aplicada al consumo de música, su distribución y su acceso¹⁶⁸. A medida que las sociedades hacen suyas las nuevas tecnologías, crean nuevos campos de acción que forman monopolios industriales de consumo y de conformación del gusto, aunque se mantengan a duras penas algunos elementos transculturales y de apropiación entre culturas.

Las tecnologías de la grabación permitieron modificar patrones de escucha tradicionales. Grabar tantas veces hasta conseguir una interpretación “perfecta” permitió, junto a la remasterización y las mezclas, alcanzar una estética auditiva en un oyente que luego exigiría a la música en directo el mismo grado de calidad obtenido en el laboratorio sonoro. El oyente que asiste a un concierto desea escuchar exactamente lo mismo que ha oído repetidamente en su hogar, en el coche, en su *smartphone* o en su equipo de alta fidelidad¹⁶⁹. El criterio estético se construye ahora a través de grabaciones, no de la música en vivo.

Si los desarrollos tecnológicos pertenecen a la sociedad que los crea y los maneja, y si tienen un poder asombroso de transformación social, no es menos importante considerar que las sociedades que los consumen también contribuyen a su propia transformación. Quiero decir que el modo de escuchar la música en la modernidad líquida no es solo fruto de los cambios sociales, de los contextos tecnológicos, legislativos, culturales, etc., sino que la propia música en sí puede ayudar a cambiar nuestras estructuras institucionales, culturales, políticas, etc., tal es el influjo de la cultura de masas en la era postmoderna.

El propio Attali advertía ya en 1977 que la música grabada se había transformado desde el final de la II Guerra Mundial en una «mutación» en tanto que anunciaba un cambio en las relaciones de poder. Para Attali, las rupturas sociales siempre se han visto precedidas por una mutación en los códigos de la economía de la música, y también en la manera de escucharla¹⁷⁰. Esta idea continuó en escritos de Umberto Eco (1968), Ulrich Beck (1997), Zygmunt Bauman (2000), Manuel Castells (1997, 2004, 2009) y muchos otros.

Existe una relación directa entre los desarrollos tecnológicos y la era digital. Una relación que abordaremos trayendo elementos de la tecnología, la sociología, la historiografía y la musicología de la mano de autores como Theodor Adorno, Jacques Attali, Jean Baudrillard, Zygmunt Bauman, Ulrich Beck, Walter Benjamin, Manuel Castells, Nicholas Cook, Umberto Eco, Anthony Giddens, John B. Thompson, Franco Fabbri o Simon Frith.

¹⁶⁸ *Ibid.*

¹⁶⁹ Vid. ADELL, Joan Elies: *La música en la era digital* (Lleida, Editorial Milenio, 1998).

¹⁷⁰ ATTALI, *Ruidos...*p. 22.

Este largo epígrafe, ha estado dedicado a las teorías sociales que aplicaremos en los siguientes capítulos. Me gustaría destacar la manera en que todos estos investigadores han ido tejiendo a través de citas entre unos y otros un corpus, una red común en la que se describen los profundos roles sociales de las últimas décadas. Mayoritariamente lo han hecho desde una perspectiva neomarxista a la que no hemos ido deliberadamente a su encuentro, y que ha conformado nuestro propio corpus de fuentes.

Por último, desearía añadir que la sociología de la música y los *sound studies*, la historia social y cultural, las pocas muestras filosóficas y musicológicas, intentan cubrir los estudios sobre la escucha de la música desde diferentes y aislados campos. Un discurso académico de la escucha de la música que no tiene más de veinte años. Una vez más, queremos insistir en que nuestra necesidad de recurrir a redes interdisciplinarias está justificada precisamente por esta carencia¹⁷¹

¹⁷¹ Los *Sound Studies* surgen en torno al año 2000. Aunque se encuentran antecedentes en Adorno (1928) y R. Murray Schafer (1977) no es hasta los trabajos de Michael Bull, J. Lastra, L.E. Schmidt, M. Smith, E. Thompson, J. Sterne, entre otros, cuando podemos hablar realmente de una ciencia dedicada al estudio del sonido como escucha. Los estudios del sonido buscan entender los preceptos y prácticas del sonido como parte de una ecología auditiva consistente en relaciones culturales, industriales, científicas y tecnológicas entre la música, el habla, el ruido y el silencio. En el año 2012 nace la European Sound Studies Association. Vid. DEVINE, KYLE: "Sound Studies", en *The New Grove dictionary of music and music*, version online.

Algunas excepciones notables en el mundo de la musicología en cuanto al estudio del sonido vienen de la mano de Martin Elste y Nicholas Cook.

2.3. CLASIFICACIONES DE LA ESCUCHA Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN PROPIA (Schaeffer, Chion, Delalande, Crawford)

Antes de ofrecer nuestra propuesta de clasificación sobre la escucha, veremos algunas teorías que intentan sistematizar distintas formas de apreciación aural. Aparte de las teorías de Johann Nikolaus Forkel, Friedrich Rochlitz y Theodor Adorno que veremos en el capítulo dedicado a la construcción y deconstrucción de la escucha atenta, en el presente capítulo nos centramos en explicar algunas clasificaciones que han visto la luz desde diferentes enfoques disciplinarios: musicología, composición, *sound studies* y pedagogía de la música. Como podremos comprobar, todas estas clasificaciones pueden agruparse en tres grandes grupos según sus factores de incidencia: el factor fisiológico, el factor emocional y el factor sintáctico-semántico.

Una de las primeras clasificaciones que hacen referencia a los diferentes modelos de percepción la hemos encontrado en un encargo por parte de la Edison Phonograph Company a Walter van Dyke Bingham en 1919. Después de una serie de pruebas, ensayos y encuestas, —además de ayudar a la compañía de Edison a clasificar sus discos de pruebas de tono y establecer una serie de relaciones entre determinadas músicas y sus respectivos bailes, cuyos análisis fueron aplicados a la comercialización de discos—, Bingham establece una serie de «efectos» que los diferentes estilos de música ejercen en los oyentes. En el tercero de los informes entregados por Bingham a la Edison Company se enumeran siete tipos de efectos¹⁷²:

1. Efecto general sobre las actividades psico-físicas: la música puede ser estimulante o calmante.
2. Efecto sobre el ritmo y la claridad de los procesos mentales: la música hace que el oyente esté más o menos alerta.
3. Efecto en la imaginación: la música puede o no provocar que el oyente se imagine una escena, imagine una historia, piense en un diseño, etc.
4. Efecto sobre el interés y la atención: la música puede o no absorber al oyente, puede aumentar o disminuir la atención de sus actividades.
5. Efecto en los sentimientos, estados de ánimo y emociones: la música puede o no puede provocar emociones simples o complejas, o estados de ánimo duraderos.
6. Efecto sobre la voluntad y la acción: la música puede o no contribuir a la velocidad y precisión de la actividad muscular.
7. Efecto en la conciencia social: sentido de solidaridad social a través de la participación conjunta, es decir, sobre la construcción de la identidad.

¹⁷² HUI, ALEXANDRA: “First re-creations. Psychology, phonographs, and new cultures of listening at the beginning of the twentieth century” en THORAU, *The Oxford...*, p. 381.

Aunque esta clasificación obedece a patrones comerciales desde un enfoque psicológico, resulta curioso observar cómo determinados efectos se corresponden con otros modos de escucha propuestos por teóricos, compositores y musicólogos ulteriores que vamos a ver enseguida.

Otra estructura sobre modelos de escucha la ofrece el compositor francés Pierre Henri Marie Schaeffer (1910-1995), considerado el padre de la música concreta. Schaeffer establece cuatro modos de audición¹⁷³:

1. *Oír*: es el nivel más elemental de escucha pues es el resultado fisiológico de la audición. No hay ninguna intención de escuchar con atención.

2. *Escuchar*: la atención se dirige hacia la fuente del sonido intencionalmente con el objeto de entender su significado.

3. *Entender*: se debe dar una “intención” voluntaria de escuchar en la que unos sonidos prevalecen sobre otros mediante la selección.

4. *Comprender*: se trata de una audición semántica en la que el sonido se transforma en signo lingüístico. No solo implica intención sino la búsqueda de significado.

De la clasificación de Schaeffer se desprende una construcción jerárquica en cuanto a la comprensión del mensaje sonoro mediante el análisis perceptivo. Un análisis perceptivo que consiste en «tratar de imaginar qué “unidades” pueden ser aisladas por un oyente ante un determinado objeto musical»¹⁷⁴. Las unidades aisladas por este tipo de análisis procedente de la Gestalt se denominan «unidades perceptivas». El problema de este análisis consiste en que una vez se han aislado las unidades perceptivas, «no es posible extraer qué hay entre estas unidades y el “sentido” que se ha creado en las experiencias de escucha provocadas por el objeto»¹⁷⁵. Aplicado al lenguaje se obtiene una clara finalidad semántica, pero llevado al mundo de la música, este enfoque tiene un difícil encaje, pues lo que podríamos entender por escucha semántica debería obedecer al análisis del contexto social y cultural que analiza los códigos internos del lenguaje musical. Lo que Schaeffer llama *ouïr*, es simplemente una acción fisiológica y corporal. Sin embargo, cuando habla de escuchar, entender y comprender establece una jerarquía epistemológica que pertenece al universo del intelecto. Por este motivo si nos centramos en los tres últimos modos de audición de Schaeffer (escuchar, entender y comprender), estaríamos entrando en el mismo campo jerárquico que ya establecieron Forkel, Rochlitz, Hanslick y

¹⁷³ SCHAEFFER, PIERRE: *Tratado de los objetos musicales*, (Madrid, Alianza, 1988)

¹⁷⁴ MARCONI, LUCA: “Para un estudio de las relaciones hombre-música” en DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), p. 31.

¹⁷⁵ *Ibid.*, p. 32.

Adorno en cuanto a los niveles de comprensión estructural y formal, directamente vinculadas al conocimiento de los elementos de la composición y la organización de la partitura.

Otra propuesta de sistematización de la escucha es la propuesta por el compositor de música concreta, especialista en cine y profesor francés Michel Chion¹⁷⁶:

1. La *escucha causal* es la más común, la más fácilmente influenciada y engañosa, y suele necesitar de un complemento visual que haga que el oyente pueda discernir el timbre del sonido. Suele centrarse en la causa del sonido y no en su significado semántico. La escucha causal se divide en tres subgrupos en función de la identificación o no de la fuente del sonido¹⁷⁷:
 - a. Escucha identificada/visualizada: «o bien la causa es visible y el sonido lo confirma o más bien no desmiente su naturaleza, al tiempo que aporta eventualmente sobre esta una información suplementaria». Chion emplea el ejemplo de un recipiente opaco y cerrado en el que el sonido se produce cuando se le percute para saber si está vacío o lleno.
 - b. Escucha identificada/acusmática: «La causa del sonido es invisible al auditor, pero identificada por un contexto, un saber o una estimación lógica a su respecto [...] sobre ese saber “fantasea” la escucha casual, que raramente parte de cero».
 - c. Escucha acusmática/no identificada: «La causa es a la vez invisible y no nombrada [...] y el sonido constituye nuestra única fuente de información sobre ella».
2. En segundo lugar, la *escucha semántica* es la que se refiere a un código o a un lenguaje para interpretar necesariamente un mensaje (hablado, lenguaje Morse, etc.). Funciona, según Chion, de una manera extremadamente compleja y ha sido objeto de investigación lingüística. Es diferencial ya que los sonidos aislados no tienen sentido sino dentro de un contexto más amplio y está más enfocada a la semántica del lenguaje que a la de la música.
3. Por último, la *escucha reducida*, que Chion toma de las investigaciones de Schaeffer, se centra en los rasgos propios del sonido independientemente de su causa y su significado. El oyente se da cuenta rápidamente de que los sonidos se desplazan constantemente entre el contenido real del sonido, su fuente y su significado, pero le resulta difícil hablar del sonido en sí mismo sin tener en cuenta los tres parámetros. Por ejemplo, cuando un músico identifica un intervalo, está aislando el resto de los parámetros para centrarse en uno sólo, el tono, pues el tono es una característica inherente al sonido, independientemente

¹⁷⁶ CHION, MICHEL: *La música de cine* (Barcelona, Paidós, 1997)

¹⁷⁷ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), pp. 140-141.

de la causa de éste o de la comprensión de su significado. La escucha reducida necesita grabar en la memoria el sonido para poder ser analizado, por lo que requiere de una escucha repetitiva. Chion coloca a los músicos como paradigma de este tipo de escucha¹⁷⁸.

Al fin y al cabo, la propuesta de Chion viene a bascular en favor de la calidad y la profundidad de la percepción: de hecho, llega a hablar de percepción pasiva y percepción activa. En este sentido, aunque no emite juicios de valor definitorios, parece estar concediendo cierta supremacía al tipo de escucha reducida, precisamente porque requiere de un conocimiento previo del lenguaje musical, una práctica y una memorización. Con ello, la propuesta de Chion, salvando las grandes distancias, se aproxima a la teoría adorniana sobre los tipos de oyentes jerarquizados.

Antes de explicar la siguiente propuesta de Chion, es de recibo establecer las diferencias entre lo que entendemos por escucha semántica y escucha sintáctica. La escucha sintáctica se emplea en discernir la forma y la estructura constituyente pero no su significado. Su objeto es analizar la organización de los elementos y las ideas musicales de una obra (armonía, ritmo, melodía, etc.). La comprensibilidad de la estructura, el equilibrio, la unidad y el reconocimiento de elementos repetitivos y contrastantes que dan cierto carácter discursivo a la obra. En definitiva, la escucha sintáctica se encarga del estudio de las reglas empleados en el lenguaje de la música. Por su parte, la escucha semántica se encarga de interpretar la consecución de esas reglas, pero unas reglas establecidas en un determinado contexto social, histórico y cultural amplio. La escucha semántica se centra en el análisis del significado de las expresiones musicales. La escucha sintáctica puede ser entendida como el medio idóneo para entender la estructura, la forma y la organización de las ideas, mientras que la escucha semántica se encarga de vigilar el significado de esas ideas.

¹⁷⁸ El modo de escucha reducida que necesita de la memoria para analizar el sonido viene de largo. Ya en el siglo XIV Nicolás de Oresme (c. 1323-11 de julio de 1382), uno de los pensadores más originales y geniales de su tiempo, escribió un tratado en el que explicaba que sin memoria no podríamos oír ningún sonido. Reconocer los sonidos producidos por la música no es más que una construcción de la mente cimentada por la educación, la historia y la cultura. Su obra *Quaestiones de anima, De causis mirabilium* y *Questiones de sensu* fue uno de los primeros intentos por analizar la psicología del oído. Oresme consideraba que cualquier acción sonora tiene un momento cualitativo (psíquico) y cuantitativo (físico), y por ello, los procesos psicológicos son susceptibles de cuantificarse y medirse, al igual que los procesos físicos; véase ANDRÉS, RAMÓN: *Filosofía y consuelo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2020), pp. 672-686.

El propio Chion, en su trabajo *El sonido* (1998), establece cuatro factores que influyen en lo que llama “vigilancia” de la escucha en cuanto a la sensación del manejo del tiempo se refiere¹⁷⁹:

1. La previsibilidad o la imprevisibilidad de los fenómenos.
2. La presencia o la ausencia de puntos de referencia temporales.
3. La acuidad de los acontecimientos sonoros, es decir, su mayor o menor tenor en fenómenos rápidos y agudos que impongan a la atención una actitud de vigilancia inmediata.
4. La concordancia o la no concordancia de los ritmos de la ausencia sonora con los otros ritmos *ultramusicales* (la cursiva es de Chion).

Si bien Chion nos abre los ojos al análisis sistemático de la escucha, no debemos tomar muy en serio este último intento suyo de clasificación, puesto que está diseñado para cualquier sonido en general y no en concreto de los sonidos musicales como pretendemos nosotros.

Otras dos clasificaciones de la escucha son la que ofrece el experto en educación musical François Delalande con su propuesta desde el ámbito pedagógico y el analítico. Por un lado, establece diferencias entre la escucha del musicólogo y del compositor. El musicólogo «conoce el contexto cultural de la época en la que la obra ha sido creada». También es consciente del «sistema que la regula» y «la historia de las formas». Su escucha tiene ventajas ya que dispone «de claves de escucha que le permiten, a grandes rasgos, saber lo que era la obra para una sociedad contemporánea al compositor» y «por ello sabrá analizar la forma, sabrá reconocer las influencias estilísticas, etc.» Por otro lado, el compositor en su función de oyente aplica «un esquema de escucha absolutamente personal [...], no escuchará nada del plan de las modulaciones, de las transformaciones temáticas, ni de las influencias estilísticas [...] En vez de estos detalles de escritura, tendrá una percepción extremadamente fina». Según Delalande debemos desconfiar cuando se dice «que la escucha más fiel a las intenciones del autor será necesariamente la mejor». La «fidelidad perfecta» en la escucha de las intenciones del compositor es para Delalande «una utopía»¹⁸⁰.

Con lo que hemos apuntado hasta el momento podríamos decir que la escucha del musicólogo al que se refiere Delalande se trata de una escucha semántica mientras que para la del compositor es una escucha sintáctica. Además, asumir que la escucha del musicólogo es la mejor porque es capaz de reconocer el contexto cultural, la historia y el análisis de las formas, no es más que asimilar la herencia de la famosa escucha estructural del oyente experto de

¹⁷⁹ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 63.

¹⁸⁰ DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), pp. 174-175

Adorno. Como intentaré demostrar más adelante, la musicología alemana de la segunda mitad del siglo XX tomó prestada la jerarquización de los oyentes de Adorno hasta el punto de que todavía hoy se sigue pensando en algunos ámbitos que la escucha de la forma y la estructura es la mejor manera de apreciación de la música.

La segunda clasificación de Delalande parte de las conductas de escucha a partir de los testimonios de músicos que tienen «mucho familiaridad» con la música electroacústica, pero no son más que «estrategias bastante generales como para caracterizar la música de toda la música»¹⁸¹. Así, Delalande establece seis «escuchas-tipo» generales:

1. La *escucha taxonómica*, que es la del «oyente concienzudo que recuenta todos los elementos constituyentes de la obra». Este modo de escucha es lo que otros han llamado escucha estructural y que aquí podemos llamar sintáctica o discursiva.
2. La escucha que busca la *sensibilidad al impacto fisiológico* de los sonidos y en la que los oyentes descuidan la «forma general» para centrarse en algunos sonidos que privilegia físicamente. Es lo más adelante reconoceremos como escucha subjetiva, psicológica o emocional
3. La *escucha inmersa* como medio de inhibir las «tendencias analíticas» para disfrutar mejor de la escucha. Siempre que se hable de disfrute tendrá un carácter subjetivo, luego podríamos pensar que se trata de una escucha emocional.
4. La escucha por la *búsqueda de una organización* en la que el oyente reconduce la obra a «un principio único» y que cuando lo encuentra «siente una emoción real». Esta idea no es más que la escucha estructural de Hanslick con la que el oyente solo reconocía la estructura de la obra una vez ésta había acabado. El reconocimiento de la estructura en sí es lo que genera agrado en el oyente, pero se trata de un agrado por el esfuerzo intelectual más que por el sensorial
5. La escucha centrada en la *figurativización dramática* por medio de la cual el oyente «interpreta la forma como un relato». Podría ser este el tipo de escucha semántica o narrativa que ya hemos visto y que detallaremos enseguida.
6. La *no-escucha* de quien sueña¹⁸². No es más lo que podemos entender por una escucha desatenta o no escucha.

¹⁸¹ DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), pp. 176-177.

¹⁸² Todas las cursivas son de Chion.

A mi juicio, aunque Delalande pretenda establecer tipos de oyentes, lo que en realidad ofrece, son estrategias o métodos de escucha que conllevan a diferentes niveles que basculan entre la comprensión y la emotividad. Es decir, la escucha como expectativa en el sentido de que el oyente espera algo de lo que va a oír, pero teniendo en cuenta las capacidades estratégicas, —que Delalande llama «conductas»—, establecidas en función de parámetros sociales y/o personales subjetivados. Si las estrategias personales se refieren a la psicología individual, no deberíamos apoyarnos tanto en ellas como en las estrategias sociales, puesto que éstas son mucho más reconocibles ofreciendo pautas de estudio cuantitativas y cualitativas.

Partiendo de las funciones de las conductas musicales, después de estas dos propuestas de clasificación, Delalande propone una tercera mucho más general sobre las conductas de escucha como formas de recepción, al margen de si se trata de musicólogos, compositores o músicos. Estas conductas musicales son las estrategias adoptadas tanto para la producción (estrategias *poiéticas*) como para la recepción (estrategias *estésicas*). Las tres conductas musicales de carácter universal para cualquier cultura son la búsqueda del disfrute, la vinculación simbólica con una vivencia o con una cultura, y la satisfacción intelectual que proviene del aprendizaje o estímulo del juego de reglas¹⁸³. Delalande establece tres tipos de escucha que parten de estas «conductas-tipo», a la vez centradas en su función: la escucha taxonómica, la escucha empática y la escucha figurativa¹⁸⁴. Cada escucha efectiva puede ser «considerada como una combinación de estas escuchas-tipo» o una alternancia entre ellas dentro del mismo proceso de escucha. La escucha-tipo es entendida por Delalande como «una conducta en el sentido psicológico del término»¹⁸⁵:

1. La *escucha taxonómica* es aquella que fija su atención en los elementos estructurales de la música, de la notación musical y permite distinguir entre quienes «saben música» de quienes no. «Responde al deseo del oyente, de hacerse una imagen sinóptica de la pieza para comprenderla globalmente. Busca escapar del detalla concreto, literal, y trata de captar una estructura abstracta o un principio generador en el que su intelecto puede hallar un orden». Su fin es «la satisfacción intelectual» mediante la reducción de la información para memorizar la pieza. Se trata de obtener una visión global de la obra

¹⁸³ Para Delalande, una vez el oyente conoce las “reglas” en el sentido de normas compositivas, éste puede apreciar si la obra está dentro o fuera de las reglas establecidas participando de una especie de “juego” del reconocimiento que le lleva al disfrute.

¹⁸⁴ ALCÁZAR ARANDA, ANTONIO JESÚS, JOSEP GUSTEMS CARNICER y DIEGO CALDERÓN GARRIDO: “Los modos de escucha como generadores de pensamiento musical: a propósito de François Delalande” en *Observar* 2014, 8, pp. 86-108.

¹⁸⁵ DELALANDE, FRANÇOIS: “Tipos de escucha y escuchas-tipo” en *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013), pp. 189-218.

huyendo del detalle y asimilando la obra entera. Es frecuente en compositores, instrumentistas y profesores de música. Podía ser éste el tipo de escucha que hemos llamado semántica por intentar entender el significado de la obra sin centrarse en la comprensión de los elementos menores.

2. La *escucha empática del material* está mediada por la emoción y la experimentación de las sensaciones. No es necesario un esfuerzo intelectual ni memorístico y está asociada a la subjetividad. La atención se dirige al instante y no establece relaciones estructurales. El oyente escucha «paso a paso, y ve el material morfológico como un juego de fuerzas, de tensiones». Estas fuerzas son vividas por «él mismo, por empatía». Podríamos pensar que es una mezcla entre el análisis sintáctico musical y un modelo de escucha emocional y subjetivado.
3. Por último, Delalande establece el tipo de *escucha figurativa (figurativización)* basada en la construcción por parte del oyente de un imaginario espacio-temporal propio. En este sentido, la escucha evoca contextos y paisajes a modo de escenarios o decorados. «Se basa sobre una circulación ágil entre diferentes niveles de metaforización» que Delalande divide en tres niveles: A) metáfora del material; B) un segundo nivel en el que «los elementos se organizan en dos categorías opuestas: el viviente o el orgánico *versus* el inerte o el mineral. El viviente resulta ser un personaje, el inerte un escenario y la música una puesta en escena-metáfora de la escena»; C) nivel de la «narrativización» en la que «la forma es interpretada, con diferentes variantes y de forma optativa, como un relato». Éste último se puede identificar con la escucha semántica.

La escucha que Delalande llama taxonómica vendría a ser un tipo de escucha atenta que requiere de un conocimiento previo y que se corresponde con el interés y la atención de la que ya hablaba Bingham en su estudio para la Edison Company. Es el tipo de escucha formalista de Hanslick y Adorno en la que se establece una jerarquía de oyentes en base a su mayor o menor conocimiento de las estructuras de las obras. Las escuchas empática y figurativa de Delalande vienen a definir conductas subjetivadas del oyente puesto que la emoción y la construcción imaginaria de espacios sonoros son elementos psicologizados de apropiación para cada individuo. La escucha empática de Delalande obedece a lo que Bingham llamó «los sentimientos, estados de ánimo y emociones». Y la escucha figurativa del francés es lo que Bingham llamó «efecto de la imaginación».

La escucha taxonómica obedece a factores cuantitativos ya que podemos ordenar y computar cuántos de los elementos compositivos se es capaz de hallar. Mientras que las escuchas empática y figurativa lo es en base a factores cualitativos pues están relacionados con aspectos que

no se pueden cuantificar haciendo referencia al cómo y no al cuánto. Lo más próximo a la escucha figurativa propuesta por Delalande es la construcción de paisajes sonoros como los entendió Pierre Schaeffer, o como los analiza Michael Bull al hablar de la escucha con iPod en lo que denominó «burbujas» sonoras. Los tipos de escucha empática y figurativa podrían ser analizados con lo que H. Besseler consideraba como los factores psicológicos de la escucha¹⁸⁶.

Aunque la clasificación de Delalande tiene características comunes con otras clasificaciones, y aunque ofrece elementos notables a tener en cuenta, el mayor de los problemas que plantea su hipótesis es que la muestra que condujo a su análisis de la escucha es demasiado reducida, con tan solo nueve oyentes entrevistados.

Una clasificación mucho más sencilla es la ofrecida por William Gaver (1993), quien basándose en lo que llama la «psicología ecológica», distingue dos modos de escucha equiparados con dos tipos de sonido: la escucha musical («*musical listening*»), en la que el oyente atiende a las características del sonido, y la escucha cotidiana («*everyday listening*»), en la que el oyente atiende a las fuentes específicas de los sonidos, como la forma en que un sonido detalla el tamaño y el material del objeto que lo produce, o la manera en que se ha producido¹⁸⁷. La escucha musical se centra en la propia música mientras que la escucha cotidiana se centra en los sonidos ambientales producidos por objetos no necesariamente musicales¹⁸⁸.

La compositora, productora y profesora del MIT, Kate Crawford, establece tres tipos de escuchantes y tres tipos de escucha. Aunque no se centra en la escucha de música, en concreto su teoría resulta interesante pues se limita a explorar la escucha que se da exclusivamente en las redes sociales virtuales. Cada una de las categorías propuestas por Crawford no es excluyente la una de la otra, sino que se pueden adoptar varias al mismo tiempo, o incluso intercambiarlas a lo largo de un mismo día por un mismo individuo. Crawford establece tres tipos de oyente, el *oyente individual*, el *político* y el *corporativo*: y tres tipos de escucha, la *escucha de fondo*, la *escucha recíproca* y la *escucha delegada*¹⁸⁹:

1. La *escucha de fondo* es una escucha distraída e individual que no requiere atención ni concentración y que Crawford compara con la escucha distraída de la radio como ruido de fondo o como simple acompañamiento a lo cotidiano. A la vez se trata de una escucha

¹⁸⁶ Vid. BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit* (Berlin, Akademie-Verlag, 1959).

¹⁸⁷ Citado en DIBBEN, NICOLA: “Musical materials, perception, and listening” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, pp. 193-203.

¹⁸⁸ CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON (eds.): *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), p. 197.

¹⁸⁹ CRAWFORD, KATE: “Following you: disciplines of listening in social media” en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), pp. 79-90.

continua y prolongada que supera las limitaciones temporales del fonógrafo y el gramófono.

2. En segundo lugar, la *escucha recíproca* es aquella en la que emisor y receptor establecen una comunicación, pero en la que el emisor es un político (entendido este como agente político) que explora múltiples «oyentes» con la intención de tomar decisiones políticas y conducir ideológicamente a sus electores.
3. Por último, aquellos agentes políticos que subcontratan a alguien para que realice esta función de reciprocidad, es lo que Crawford llama *escucha delegada*. Este tipo de escucha se plasma especialmente en el sector empresarial con el objetivo de forjar una relación estrecha con sus clientes, obtener información precisa sobre ellos (como la escucha panóptica que veremos en otro capítulo) y mejorar las técnicas de marketing y la publicidad.

Nuestra crítica a la clasificación que propone Crawford es que mezcla dos tipos de escucha que deberían ser analizadas epistemológicamente por separado. En el caso de tratarse de un tipo de comunicación verbal, no tenemos nada que objetar. Sin embargo, aunque Crawford no especifica que el espacio radiofónico sea un lugar habitual para la escucha de música, bien es cierto que ésta ocupa la mayor parte de la programación de las emisoras. Las personas pensamos en imágenes. Las palabras y los objetos son convertidos en imágenes por nuestros cerebros. Si oímos o leemos la palabra “flor” cada uno de nosotros construimos una imagen patrón o un modelo de flor aprendido y almacenado en nuestra memoria. Por este motivo, estoy convencido de que, si a un grupo de personas se les enseña una foto de una radio o se les nombra la palabra radio, buena parte de ellos, los más jóvenes tal vez, pensarán directamente en música; realizarán esta asociación inmediata y sin vacilaciones. Por eso, la música y el lenguaje (o las funciones del lenguaje) obedecen a pautas distintas de correlación, campos semánticos y hermenéuticos diferentes, por lo que deberían ser estudiadas por separado. A mejor entender, debemos objetar que Crawford está dando por sentado que todo el sonido que emana de una radio invita a la distracción, algo que tampoco es cierto.

Otra compositora, en este caso la estadounidense y recientemente desaparecida Pauline Oliveros (1932-2016), alude a dos tipos o formas de escuchar. Por un lado, la que llama la atención focal («*focal attention*») cuya principal característica es que dirige la atención hacia los detalles; y en segundo lugar, la atención global («*global attention*») que es difusa, se expande continuamente con el objeto de abarcar el flujo continuo del espacio-tiempo sonoro. La sensibilidad la atribuye Oliveros al flujo de sonidos, un flujo en el que los detalles no son necesariamente

importantes. La práctica de una escucha profunda fomentará el equilibrio entre estas dos formas de atención, flexibilizando y reconociendo cada una cuando sea necesario¹⁹⁰.

El filósofo alemán Peter Sloterdijk (1947-) desarrolla el concepto de escucha en un sentido muy parecido al concepto sociológico de «resonancia» empleado por Hartmut Rosa. La pregunta principal que se hace Sloterdijk, y que lleva el título de uno de sus capítulos en *Extrañamiento del mundo* (1998) es, “¿Dónde estamos, cuando escuchamos música?”. Para Sloterdijk la música se puede concebir desde dos posturas opuestas: una, como repetición, desde la comodidad que supone su familiaridad, la aceptación de la consonancia como ausencia de efecto, una música que invite al recuerdo y la añoranza. La otra música es la de la variación, la sorpresa, la disonancia, una música que invita al estímulo y la sorpresa.

La música actual puede ser dividida en cuatro grandes grupos según Sloterdijk: lo que llama la «auténtica nueva música»; la música-performance que identifica con la música en vivo; la música ligera que también llama «sedante» o «música de distracción»; y por último, la música funcional que aquí podríamos llamar muzak, compuesta para no ser escuchada ya que la identifica con su empleo en «determinados fragmentos en comercios, salas de operación y lobbies así como en procedimientos hipnóticos y meditativos, en el servicio telefónico y cosas por el estilo»¹⁹¹. Los dos primeros tipos de música requieren de una actitud auditiva que centra su atención en torno al lugar de la composición o de la producción, mientras que las músicas sedantes y funcionales solo se refieren al lugar de la audición. A muchos compositores de «nueva música [...] les da lo mismo si todavía habrá oyentes para lo que ellos experimentan»¹⁹². Sin embargo, para los compositores de música ligera y funcional el oyente es lo primero, aunque «siempre se oye solo lo que ayuda a no oír al mundo y la otra parte»¹⁹³. Este tipo de música que podemos llamar comercial resulta ser «consoladora y solícita» además de que «queda bajo sospecha de ser opio para el pueblo»¹⁹⁴.

En suma, Sloterdijk establece dos tipos de oyentes: uno, el que escucha la «nueva música» y acude al concierto, es activo y concede importancia a la partitura. Un oyente que en su praxis aural prioriza la exploración y los procedimientos de la composición, y para quien «el criterio del placer inmediato está poco menos que fuera de vigencia»¹⁹⁵. Por otro, un oyente masivo sedado, disperso, que busca en la música la mera función, el divertimento, que disfruta de la

¹⁹⁰ OLIVEROS, PAULINE: *Deep listening. A composer's sound practice* (Nueva York, iUniverse, 2005), p. 13.

¹⁹¹ PETER SLOTERDIJK: *Extrañamiento del mundo* (Valencia, Pre-Textos, 2016, [1998]), pp. 285-297.

¹⁹² *Ibid.* p. 295.

¹⁹³ *Ibid.* p. 296.

¹⁹⁴ *Ibid.*

¹⁹⁵ *Ibid.* p. 293.

repetición de formas y lenguajes armónicos y melódicos: en definitiva, un oyente indiferente y pasivo. Una perspectiva que, como veremos en otro capítulo, podemos dividir en lo que la historia ha tendido a juzgar como la diferencia entre un oyente atento y otro distraído.

En el capítulo “Musical materials, perception, and listening” del libro *The Cultural Study of Music* editado por Martin Clayton, Trevor Herbert y Richard Middleton, Nicola Dibben ofrece una clasificación escucha desde un punto de vista social. Sostiene que los oyentes establecen vínculos asociativos entre los elementos musicales que están presentes en una pieza determinada y, al mismo tiempo, hacen asociaciones con elementos o gestos similares o funcionalmente equivalentes en el amplio repertorio de músicas con el que están familiarizados. Llama «estructura asociativa» al eje que capta la manera en que los materiales musicales se refieren más allá de ellos mismos para aludir a otras instancias que llama «arquetipos» o «prototipos», que pueden no estar presentes en el momento de la escucha pero que ofrecen una base memorística para evaluar los que sí lo están. Con este enfoque Dibben propone la escucha que llama «intraopus», que forja relaciones internas en la escucha de una misma obra y le confiere un sentido de coherencia a través del recuerdo. Por otro lado, un tipo de escucha relacional que llama «extraopus» obtiene referencias y relaciones con otras obras, estilos, géneros, etc. Las relaciones que se desprenden del conocimiento de los arquetipos y las estructuras aprehendidas previamente es lo que le dará al oyente una escucha de estructura asociativa¹⁹⁶. «Este enfoque se basa en la premisa de que los materiales musicales se escuchan en función de su uso histórico, ya sea por su uso compositivo con respecto al cumplimiento de funciones estructurales particulares, o por su asociación con contextos sociales particulares», explica Dibben¹⁹⁷. De esta manera los sonidos forman siempre parte de una situación social particular perteneciente a un sistema más amplio y general de referencia cultural. Al fin y al cabo, este tipo de escucha viene a ser la escucha relacionada con la memoria a la que aludían los ya citados Nicolás de Oresme y Michel Chion, porque, en definitiva, el uso histórico no es más que el uso de la memoria.

Queremos recalcar que el estudio de la escucha de música se ha venido realizando en mayor medida desde los campos de la composición y la pedagogía musical que desde la musicología. La última clasificación que queremos mostrar también se lleva a cabo desde la postura de la composición. En concreto hablamos de Denis Smalley, compositor de música electroacústica

¹⁹⁶ DIBBEN, NICOLA: “Musical, materials, perception, and listening” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, pp. 193-203.

¹⁹⁷ *Ibid.*, p. 196.

que establece tres modos de escucha en función de la atención y según si la dirección de ésta se dirige al sujeto o al objeto¹⁹⁸:

1. El *modo de escucha indicativo* se centra en el objeto, considera el sonido como un mensaje, es decir, actúa como un signo que ha de ser descifrado. Podría corresponderse con el modo de escucha que Schaeffer llama “escuchar” o incluso un tipo de escucha semántica.
2. El *modo de escucha reflexivo* se centra en el sujeto, en la respuesta emocional del oyente. Es la que Delalande llama «conducta enfática en la recepción musical» o lo que aquí denominamos la escucha emocional o psicológica.
3. Por último, Smalley establece el *modo de audición interactivo* en la que se requiere por parte del sujeto una atención activa voluntaria, y que podría corresponderse con los modos «entender» y «comprender» de Schaeffer.

Para finalizar cabe destacar un modo de escucha que la filósofa española Carmen Pardo llama la «escucha oblicua». Tomando los preceptos filosóficos del budismo practicados por John Cage, la escucha oblicua consistiría en «un escuchar a través del sonido, y no de las ideas, para recibir que el sonido nunca cesa»¹⁹⁹. Es decir, un tipo de escucha opuesto a la memoria histórico-cultural. Este tipo de escucha quiere despertar un oído que «estaba dormido en los parajes del pensar». Escuchar el propio sonido sintiente que se aproxima a la experiencia sonora de lo que acontece al margen de construcciones sociales, ideológicas o históricas. Una escucha «de superficie» requiere de la disciplina de la aceptación del sonido en sí a través de la irresponsabilidad de la escucha.

Aceptar no inhere una actitud pasiva sino activa. «Escuchar es actuar», dice Pardo basándose en los escritos cageanos. Se trata de una postura que se enfrenta a la tradicional forma de escucha «que consideraba que el oyente no intelectualizado sólo goza del sonido de un modo pasivo, que la actividad se da a través de la intelección»²⁰⁰. La escucha oblicua, en definitiva, «intenta recuperar ese grado cero para que el oyente se vea o se oiga atravesando las representaciones»²⁰¹. Es una escucha libre de contextos, ideas y premisas. No parte de un sentido inicial ni concede o espera un punto final. Se trata de escuchar el propio recorrido que está liberado del peso de la repetición, la tonalidad y la armonía propias de la música occidental. Una escucha que solo necesita del parámetro del tiempo y que se libera de la altura, la intensidad y el timbre.

¹⁹⁸ SMALLEY, DENIS: “Spectromorphology: Explaining Sound-shapes” en *Organized Sound*, 2 (2): 107-126. Cambridge University Press, United Kingdom, 1997.

¹⁹⁹ PARDO, CARMEN: *La escucha oblicua. Una invitación a John Cage* (Madrid, Sexto Piso, 2014), p. 133.

²⁰⁰ *Ibid.*, 134.

²⁰¹ *Ibid.*

La postura de Cage en cuanto a este modo de percepción conlleva una escucha antiestética, al menos tal y como se conoce desde finales del siglo XVIII y el concepto de belleza de la filosofía kantiana. No requiere «aprehender la significación del objeto artístico» como sí exige la escucha estetizada. En la escucha estética el sonido está dotado de la significación «otorgada por el artista, por el medio, por su propia estructura u otros»²⁰². La escucha estética requiere de un tipo de representación intelectual que se obtiene del aprendizaje de las estructuras, del establecimiento del orden jerárquico de relaciones que se establece dentro de la obra.

La escucha oblicua, por el contrario, requiere el abandono por parte del oyente del reconocimiento de ese recorrido lineal, arrinconando las relaciones de tensión y distensión, de la «ansiedad que sólo se aplaca ante el recuerdo de lo conocido» a través del reconocimiento de las estructuras y sujeta a parámetros compositivos reconocidos²⁰³. John Cage rompe cualquier tipo relacional de esquemas preconceptuales así como de los vínculos establecidos y las convenciones sentimentales apropiadas por la música occidental. «La percepción descentrada es, por ello, la que conviene a la escucha que no cuenta con paradigmas, la escucha surgida de la aceptación»²⁰⁴. Un modelo de percepción en el que lo sensible educa y/o transforma la conciencia, y no en la que la conciencia construye lo sensible, como sí lo exige la escucha estetizada²⁰⁵.

Una vez expuestas las diferentes clasificaciones, podemos comprobar que cada una de estas propuestas puede agruparse, con las notables diferencias que se quiera establecer, en tres categorías de estudio: el fisiológico, el semántico y el psicológico. Es decir, respectivamente, la escucha puede ser entendida como acción-reacción fisiológica, como la capacidad de entender y discernir los diferentes niveles y estructuras de una obra, o como una escucha subjetiva y emocional por el mero disfrute. Los factores fisiológicos y semánticos son cuantificables y contrastables, pero el factor psicológico no lo es. La escucha del tipo semántica (*estructural* para Hanslick y Adorno, *taxonómica* para Delalande, *escuchar*, *entender* y *comprender* de Schaeffer, *semántica* y *reducida* de Chion) los analizaremos en lo que aquí hemos propuesto como la eterna disyuntiva entre la escucha atenta y la distraída. Y los tipos de escucha subjetiva (los niveles *empático* y *figurativo* de Delalande) los agrupamos dentro del factor psicológico de la escucha. (Véase más adelante la Tabla 1. Comparación de los diferentes modos de escucha reduciéndolos a los factores fisiológico, psicológico y semántico.)

²⁰² *Ibid.*

²⁰³ *Ibid.*, p. 136.

²⁰⁴ *Ibid.*, p. 136.

²⁰⁵ *Ibid.*, p. 137.

Todos estos tipos de escucha y los que nosotros ofrecemos nunca deberían ser vistos como factores de escucha estancos. A pesar de las algunas reticencias que veremos en los siguientes capítulos, un modelo de escucha no excluye necesariamente a los otros durante el proceso de una misma percepción, sino que pueden darse varios al mismo tiempo o saltar de uno a otro en cualquier momento. A propósito de una velada íntima a la que acudió como invitada Fanny Mendelssohn y en la que se interpretaron al piano las obras de su hermano Felix Mendelssohn *Meeresstille* y *Ein Sommernachtstraum*, Fanny dejó por escrito que con la iluminación tenue «bastante encantadora» y con la música escuchada se sentía especialmente feliz, y que todos los asistentes (Heydemänner, Droysen, Hensel, Márker...) se sintieron sintonizados²⁰⁶. Como indica Wolfgang Fuhmann en el libro editado por Christian Thorau y Hansjakob Ziemer, *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries*, esa entrada en el diario personal de Fanny «insinúa que la escucha intensa en un entorno íntimo no se centraría necesariamente en la música en sí misma, a la manera de un “oyente estructural” al estilo de Adorno; sino que invitaría a todo tipo de ensueños». La descripción que Fanny hace de aquel evento puede ser definida con el tipo de escucha figurativa de Delalande, siempre que identifiquemos los ensueños románticos con el imaginario de escenarios íntimos. Pero también podemos describirlo como un tipo de escucha empática dada la felicidad mostrada por Fanny en su diario. Aún podríamos pensar que algunos de los invitados disfrutasen de una escucha taxonómica atendiendo a la estructura de las obras, pues es oportuno recordar que las reducciones para piano a cuatro manos pretendían evocar en muchas ocasiones el sonido de una orquesta para aquellos que conocían las piezas originales. En consecuencia, podemos pensar que no se dio únicamente un único modelo de escucha en aquella velada a la que fue invitada Fanny Mendelssohn²⁰⁷.

Considero que la escucha no debe obedecer a campos discriminantes, sino que la conjunción de varios o todos ellos configuran enfoques analíticos que facilitan su clasificación. También considero que otros elementos resultan extremadamente alteradores. Entre ellos destaco la tecnología empleada en la escucha, el entorno social y su relación con los ritos de escucha, la actividad puramente fisiológica, la capacidad de entender, memorizar y vincular estructuras en lo que llamaremos escucha sintáctico-estructural-semántica y la experiencia subjetiva de la escucha que llamamos escucha psicológica-emocional. Estas características pueden llevarnos a

²⁰⁶ FUHRMANN, WOLFGANG: “The intimate art of listening. Music in the private sphere during the nineteenth century” en THORAU, *The Oxford Handbook...*, pp. 284-285.

²⁰⁷ Sirva este ejemplo para anticipar algo que veremos en el siguiente capítulo, que el tipo de escucha atenta como la entendemos hoy no se dio de forma generalizada hasta alrededor de 1900.

intentar una clasificación sistemática de la escucha que resulte menos difusa que las propuestas que hemos analizado.

Tabla 1. Comparación de los diferentes modos de escucha reduciéndolos a los factores fisiológico, psicológico y semántico.

	FACTOR FISIOLÓGICO	FACTOR PSICOLÓGICO/ EMOCIONAL	FACTOR SEMÁNTICO/ ESTRUCTURAL
Schaeffer	Oír		Escuchar Comprender
Chion	Escucha Causal		Escucha semántica Escucha reducida
Delalande		Escucha empática Escucha figurativa	Escucha taxonómica
Crawford	Escucha de fondo		Escucha recíproca Escucha delegada
Smalley		Escucha reflexiva	Escucha indicativa Escucha interactiva
Hanslick			Escucha estructural-estética
Adorno			Tipos de oyentes

Vemos en el cuadro que la mayoría de las propuestas de clasificación de la escucha empoderan la estructura y el análisis semántico por encima de otros factores como el psicológico-emocional. Parece que resulta importante entender y comprender a la hora de apreciar la música. Hay que añadir que la gran mayoría de los investigadores se percatan en algún momento de que la percepción de las estructuras internas y la organización de las ideas de una composición implican necesariamente partir desde un cierto conocimiento previo. Esta idea es totalmente lícita, pero igual no lo es tanto situar en la cúspide jerárquica de oyentes a quienes mayor alcance demuestren en estas dinámicas. Y esto es así porque asumir dichos roles obedece, como veremos, a una construcción estética e ideológica de la que somos incapaces de desprendernos. En cierto modo, como veremos en el siguiente capítulo, esta idea de escucha atenta no es más que un constructo que surge a finales del siglo XVIII, recorre los siglos XIX y XX para llegar a nuestros días.

Nuestra propuesta obedece a los siguientes cinco factores, que, insistimos, no son excluyentes entre sí: 1) el factor fisiológico, estudiado por la neurociencia y el espacio físico como

creador de contextos; 2) el factor semántico-estructural, que polariza la escucha atenta y la escucha distraída; 3) el factor psicológico-emocional, analizado sobre todo por la psicología musical (aunque veremos, como ya se ha dicho, que forma parte de un contexto sociocultural e histórico amplio); 4) el factor social que atiende al análisis de los rituales, pero también se ocupa del oyente atento y el distraído, entendidos dentro de la conformación del orden social. El factor social también abre el camino para estudiar la escucha fragmentada y atomizada, la omnivoridad, y otros elementos que irán apareciendo y; 5) el factor tecnológico, capaz de modificar estructuras de escucha colectiva, consolidar la escucha individual (asocial) o conducirnos hacia una escucha puntillista y democratizada. (Véase la siguiente Tabla 2: Propuesta de clasificación de la escucha).

Tabla 2: Propuesta de clasificación de la escucha.

Factores de escucha	Campos de estudio y tipos de escucha
Fisiológico	Neurociencia. Espacio físico
Social	Rituales de escucha Atenta/Distraída Portátil Atomizada Omnívora Democratizada Hiperrealismo Escucha visual
Tecnológico ²⁰⁸	Escucha tecnologizada Portátil Omnívora Hiperrealismo
Sintáctico-Semántico-estructural	Atenta/Distraída Rituales de escucha Historia social y cultural Estética
Subjetivo-psicológico-emocional	Escucha Individual Atomizada El volumen como transformador de la percepción La escucha hiperrealista

²⁰⁸ Uno de los mejores estudios dedicados al análisis de la conformación social de la tecnología es el ya citado MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999).

Considero que el examen de la escucha de música puede ser abordada desde estos cinco enfoques de estudio: fisiológico, social, tecnológico, semántico-estructural-sintáctico y psicológico-subjetivo. Cada uno de estos enfoques se centran en campos de análisis diferentes y metodologías distintas. Así, el análisis de la escucha como factor fisiológico es abordado por la neurociencia y el espacio físico, entendido éste como el contexto espacial en el que se desarrolla la escucha: es decir, el espacio físico que ocupa el oyente determina la manera en que éste escucha. El factor social de la escucha abarca una amplia negociación de estudios del que forman parte los rituales, las interacciones, la política y las convenciones, el análisis sociotécnico, el contexto cultural y la historia, la filosofía y la performance. Las diversas formas de socialización y emancipación del individuo delimitan diversas aproximaciones a la escucha de música. No escucha igual un oyente en una gran sala de conciertos que un oyente postrado en el sillón de su hogar. Por su parte, el factor tecnológico condicionará, entre otros, si la escucha es portátil o estática, si presenta una experiencia real o virtual, si realista o hiperrrealista, si ofrece una escucha en directo y diferido, etc. En este capítulo se ha hecho hincapié en la capacidad que tiene la tecnología para condicionar las aproximaciones a la escucha. El cuarto factor de análisis de la escucha es el sintáctico-semántico-estructural, es decir, la capacidad que tiene el oyente a la hora de entender las estructuras internas de una música, bien sean a nivel micro o macro, es decir, bien sea para memorizar y relacionar breves fragmentos o frases, bien para relacionar estructuras amplias dentro de un mismo movimiento o entre movimientos consecutivos o alternos. Considero que una escucha sintáctica ofrece el primer nivel de aproximación a una escucha estructural, el mejor medio a la hora de analizar elementos menores. En un segundo nivel, considero la escucha semántica como aquella capaz de conducir al oyente a la comprensión de algún significado. Dentro de este segundo también podemos diferenciar entre un nivel micro y otro macro. Por último, la escucha estructural, que en base a la comprensión de un mayor o menor grado de los elementos micro y macro de la composición, es capaz de observar y entender la forma y la estructura completa de la obra a través de relaciones separadas en el espacio físico de la partitura y el espacio temporal de la escucha. Así, dentro de lo que se ha venido llamando la escucha estructural, considero que se debían haber establecido diferentes niveles de comprensión en función del menor a mayor grado de complejidad. Por último, el factor psicológico y subjetivo será capaz de describir las experiencias más íntimas y subjetivas del oyente. Ahora bien, no podemos dejar de recalcar que la percepción subjetiva se viste con elementos procedentes de la cultura en la que vive el individuo y se nutre de las construcciones histórico-discursivas que afectan directamente al ideario y la memoria colectiva para influir al individuo.

Eric F. Clarke considera la percepción como «la conciencia y la adaptación continua al entorno» y, según esta definición general, por percepción del significado musical entiende entonces «la conciencia del significado de la música mientras se escucha»²⁰⁹. La percepción consciente que aquí hemos definido con el factor semántico ya que concedemos a lo escuchado algún tipo de significado. Clarke también considera que el sonido es un componente común a todas las culturas musicales y que, a pesar de la gran cantidad de escritos sobre teoría de la música, estética y psicología de la música, todavía existe una comprensión fragmentada y contradictoria de lo que se siente al escuchar música y de cómo se puede entender y explicar esa experiencia. Según lo que Clarke llama la «teoría ecológica de la escucha» («ecological perceptual theory»), una idea que toma del psicólogo norteamericano James Gibson (1904-1979), la percepción y el significado están estrechamente relacionados, ya que cuando las personas perciben lo que sucede a su alrededor, intentan comprender lo que ocurre para adaptarse a ello. En música, reconocer la cadencia final significa el final de la obra, lo que hace que el oyente se prepara para los aplausos. La explicación del significado se ha tratado según las teorías de la expresión, la semiótica y la construcción social, como en parte hacemos aquí nosotros, pero Clarke propone que la experiencia del significado musical sea fundamentalmente, aunque no de forma exclusiva, una experiencia perceptiva²¹⁰. Clarke establece la diferencia entre el significado social, el memorístico o histórico, y el significado desde la propia percepción, y adopta el interesante método de combinar el estudio de la escucha desde el enfoque psicológico y la musicológico al mismo tiempo.

Como el factor sintáctico-semántico-estructural parece ser muy importante para el estudio de la escucha —así lo muestran las clasificaciones que acabamos de ver y que a su vez, como queremos demostrar, forman parte del legado de los escritos de Friedrich Rochlitz, Nikolaus Forkel, Eduard Hanslick, F-J Féty, Arthur Schopenhauer, Hugo Riemann, Heinrich Bessler y Theodor Adorno—, el siguiente capítulo está dedicado al desarrollo de una breve historia sobre la construcción de lo que Adorno llamaría la escucha estructural. La escucha estructural se asocia a la mayor capacidad de entender los parámetros organizativos de la composición de la partitura (melódicos, rítmicos y sobre todo armónicos). Por ello llamaré aquí escucha atenta para simplificar lo que en el siglo XIX se denominó escucha artística, estética y formalista, y en el siglo XX escucha estructural. Cada vez que se referían a un modo de percepción silente y concentrado mostrado a través de una actitud contemplativa e incluso mística y religiosa hasta

²⁰⁹ CLARKE, ERIC F.: *Ways of listening. An ecological approach to the perception of musical meaning* (Oxford University Press, 2005), pp. 4-5.

²¹⁰ *Ibid.* pp. 7-8.

la década de 1840, cada vez que se pronunciaron a favor del oyente que reconoce la estructura, no hacían otra cosa que hablar de la atención y comprensión del oyente.

3. LA ESCUCHA ATENTA

*El concepto de una alienación de la percepción
producida por la renovación de los medios artísticos
—una alineación de lo habitual e internalizado,
de la cual surge la necesidad de observar las cosas más a fondo,
es decir, una conducta estética—, además de representar
una categoría psicológica, es una categoría histórica.*
(Dahlhaus, 1977)¹

Subjectivity and meaning are historical correlatives.
(Lawrence Kramer, 2003)²

*Mantengo, cuanto menos, que la escucha
como tal tiene una historia, puede ser objeto de
reflexión y puede proyectarse, dirigirse,
siempre ha sido plástica.
Tal vez hoy lo es más que nunca*
(Peter Szendy, 2001)³

El informe de la IFPI 2018 (de sus siglas en inglés International Federation of the Phonographic Industry) indica que en el año 2017 estuvimos casi 18 horas a la semana escuchando música atentamente, diferenciándola de la música de fondo, así como la música de la televisión, los anuncios, la radio, etc., para la que la IFPI no ofrece datos. Es decir, casi el 11% de nuestro tiempo vital lo pasamos ese año escuchando música⁴. Y la tendencia, según muestran los datos anteriores, no ascender. ¿En qué se basa la IFPI para saber si el tipo de escucha que practicamos es atenta o dispersa? ¿Cómo se puede saber si un oyente está delante de los altavoces cuando suena música en el hogar? ¿Cómo saber si, aun estando detrás, el oyente escucha con atención? ¿Cómo saber si el oyente no está realizando otras tareas para las que la música tenga una función secundaria, simple ruido fondo o hilo música de ambiente? Y si la escucha se hace en el hogar mediante auriculares, ¿son éstos un elemento que ayuden a la construcción de la escucha atenta porque se entiende que aísla del entorno? ¿Y qué ocurre con la escucha auricular fuera del hogar? ¿Escuchan igual los asistentes a un concierto en vivo? ¿El oyente mantiene el mismo grado de atención constante durante su escucha? Más aún, ¿qué debemos entender por escucha atenta?

Decir que la música digital ha transformado la escucha y sus hábitos es indudable. Que hemos cambiado nuestras formas de percepción está aceptado en el mundo de la sociología y la filosofía. Pero saber de qué manera lo ha hecho y cómo ha afectado a nuestras vidas ya no lo es

¹ Citado en DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997]), p. 155.

² Citado en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 131.

³ SZENDY, PETER: *Escucha: una historia del oído melómano* (Barcelona, Paidós, 2003, [2001]), p. 27.

⁴ IFPI 2018 en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

tanto. A mi juicio estas preguntas iniciales requieren de un análisis. Preguntarnos cómo escuchamos, nos ha conducido en el capítulo anterior a la formulación teórica de su propia sistematización. Una de las aportaciones de esta tesis consiste en sistematizar los modos de escucha en base a los cambios realizados en la era de la música digital desde distintos factores, pero con especial interés en los ámbitos sociales y tecnológicos. Escuchar música es una actividad social que siempre ha formado parte de nuestras conductas, hábitos y tradiciones.

Si hemos podido dividir la historia de la música digital tanto en cuanto a la incorporación y la praxis de distintas tecnologías y sus transformaciones comerciales, legislativas y sociales, sería legítimo preguntarse cómo han afectado las tres fases de la digitalización a la escucha de música que hemos visto antes desde la perspectiva social, sin menos cabo de otros aspectos como la subjetivación o psicologización de la cultura y el auge de los medios de masas de la posmodernidad.

Para el profesor, crítico de arte y ensayista Jonathan Crary, existe una crisis permanente de atención en la modernidad de nuestras vidas tecnológicas, promovidas por el capitalismo en una secuencia interminable de nuevos productos, fuentes de estimulación y corrientes de información⁵. En esta dirección apuntan las teorías sociales de los ya citados Gilles Lipovetsky, Zygmunt Bauman, Manuel Castells, Ulrich Beck y Bruno Patino, entre otros. Todos ellos coinciden en afirmar que en los años ochenta se produjo una brecha, una transformación con respecto a la economía, la cultura y las sociedades anteriores. Cada uno traza sus teorías desde ángulos distintos, pero todos consensúan que desde los años ochenta el capitalismo se recondujo y se adaptó en base a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que comenzaron a tener aplicaciones masivas a escala global en esa década. También coinciden todos ellos en que estos años conforman el culmen de un giro en el mercado laboral enraizado en las décadas de los sesenta y setenta, al tiempo que entraron en contacto con sistemas operativos globales que insinúan cambios estructurales, económicos y culturales de importancia. Estos importantes cambios hicieron pensar que tal vez había surgido un nuevo periodo de la historia. Al no saber cómo llamarlo introdujeron el sufijo “post” para aludir que la modernidad había terminado o estaba en su última fase. En el caso de Bauman, Lipovetsky y Beck, existe, además, un especial interés por corroborar los diferentes tipos de crisis humanas, entre las que se halla la cultura. La cultura que en un sentido ontológico se ha depauperado hasta convertirse en un «capitalismo de la seducción», una cultura henchida de contaminación visual de los

⁵ Citado en CRAWFORD, KATE: “Following you: disciplines of listening in social media”, STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), p. 87. Recordemos que Michel Chion afirmaba que la observación como una forma de meditación es una actividad residual en nuestros días.

espacios públicos, de insensibilidad, vulgaridad y empobrecimiento estético, por culpa de unos medios que difunden el simplismo y la estupidez, que degradan y matan la verdadera cultura⁶. En estos márgenes la escucha de música sale perdiendo, escapando al compromiso serio y atento que siempre tuvo con la alta cultura. «El posmodernismo sustituyó el progreso por el escepticismo», apuntala el historiador y periodista estadounidense Russell Shorto en su novela *Los huesos de Descartes*⁷.

Digitalizar la música no fue en sí mismo un factor determinante que estableciese un mayor o menor grado de atención en la escucha. Desde la perspectiva tecnológica, la distracción de la escucha no encuentra un argumentario específico en la era de la música digital. En todo caso, solo puede tratarse de la actitud relajada y despreocupada que forma parte de los paradigmas introducidos en los modos de vida de la postmodernidad. La escucha es en sí misma una actitud. Lo que cambian son los caminos que nos inducen a adoptar una actitud u otra.

El paso de la era analógica a la digital no supuso un cambio de paradigma aural si sacamos de la ecuación los comportamientos sociales y algunas ideas de la filosofía. Sin embargo, existen una serie de factores que sí provocaron formas de percepción diferentes, como ocurrió, por ejemplo, con la inserción de la cultura del auricular en los ochenta.

Durante los noventa, el discman favoreció, al igual que lo había hecho el Walkman, un tipo de escucha centrada en lo meramente musical obligando al oyente a tomar consciencia de la audición aislándolo de su entorno. Pero no fueron ni el Walkman ni el discman los que provocaron el cambio, sino la necesidad de usar auriculares que favorecieron el creciente individualismo de la escucha.

Puede que en los comienzos del disco compacto existiera un renovado interés por escuchar no tanto la música en sí como la nueva y moderna calidad del formato y la ausencia de ruidos, novedades aplaudidas por parte de un grupo de melómanos integrados en la doctrina digital durante toda la década de los ochenta. Y, sin embargo, fue más determinante la introducción de la cultura del auricular, pues coadyuvaba la integración del hombre posmoderno en su afán individualista y altamente psicologizado.

En una línea similar operó la introducción del MP3 en el último lustro del siglo XX. Las redes de pares y el streaming movilizaron a millones de oyentes en la búsqueda de una escucha personalizada, portátil, ubicua, instantánea y sincrónica. Los años que van de 1982 a 1995, que hemos cronologizado como primera revolución digital, son años de adaptación. Adaptación a los medios digitales, a la calidad de sonido, la investigación de nuevos soportes, el

⁶ LIPOVETSKY, GILLES: *De la ligereza* (Barcelona, Anagrama, 2016, [2015]), p. 42.

⁷ SHORTO, RUSSELL: *Los huesos de Descartes*, (Barcelona, Planeta, 2011), p. 256.

afianzamiento de lo digital y el abandono de lo analógico, años de informatización doméstica y de adaptación a una escucha con auriculares en los espacios públicos con el Walkman y el discman. Este periodo, aún con los cambios que hemos señalado, y a excepción del uso del auricular, no es más que una continuación de las formas de escucha anteriores. La mejora de la calidad del sonido, el cambio de soporte y de reproductor, y los avances tecnológicos en el sonido doméstico de alta fidelidad, no supusieron un cambio tan importante al fin y al cabo para los paradigmas de escucha de la era analógica. Sin embargo, la segunda fase que va de 1995 al 2005 son años en los que el oyente experimenta grandes transformaciones en la manera de percibir y usar la música grabada gracias al desarrollo de tecnologías de audio entre las que destacaron el MP3, las redes de pares y los primeros experimentos en el mundo del streaming y la música online.

Llevado a lo social, si en la primera fase de la digitalización se sentaron las bases de los paradigmas para una civilización posmoderna, durante los diez siguientes años se produce la definitiva inmersión en la Sociedad Red (Castells, 1997) y la Era del Acceso (Rifkin, 2000), aportando más ingredientes al proyecto posmoderno de las sociedades líquidas (Bauman, 2000).

A diferencia de la escucha radiofónica, que no permite una escucha a la carta, la música durante esta primera fase digital requirió de un esfuerzo por parte del consumidor, primero un esfuerzo económico al tener que renovar su discoteca privada de vinilos por discos compactos, y más tarde por descargar las pistas y organizarlas en listas de reproducción para los aparatos portátiles. Con ello, podemos pensar que en la segunda fase lo que se escucha es lo que se desea escuchar y, en suma, el grado de atención debería ser supuestamente mayor que en la escucha dirigida por la programación radiofónica. Escucha radiofónica, que, según casos, podría promover momentos de conexión y desconexión temporales, momentos alternos de escucha atenta y distraída⁸.

Algunos críticos se enzarzaron en las diferencias entre la escucha analógica y la digital en lo que a la calidad del audio se refiere. La controversia fue objeto de análisis en las publicaciones especializadas desde incluso antes de que apareciera el compact disc en 1982. El músico, poeta y escritor estadounidense Damon Krukowski, argumenta que las grabaciones analógicas son portadoras no sólo del sonido grabado sino de una serie de ruidos que un buen oído atento es capaz de percibir⁹. No sólo es importante el tipo de señal sino el tipo de ruido grabado ya que

⁸ Para analizar los tipos de oyentes a los que iba dirigida la escucha radiofónica véase Marta García Quiñones: "Escucha ambiental y tradición musical: cuando las emisoras de música clásica programan para el oyente distraído" en FABBRI, FRANCO, *et al*: *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental* (Barcelona, Orquesta del caos, 2008), pp. 99-111.

⁹ KRUKOSWKI, *The new analog...*, p. 101.

éste deja al descubierto no sólo el soporte usado y el aparato de reproducción, sino información relevante sobre la época de grabación, la moda estética de cada periodo, los sistemas empleados o la propia cultura musical y auditiva del momento. El ruido, es un proceso aditivo que la era digital fulminó y con él, según Krukowski, toda una panoplia de revelaciones funcionales y signos culturales y estésicos.

Durante el desarrollo de nuevas formas de producción vinculadas primero al cine y la televisión, tanto la ópera como el ballet, adquirieron mayor relieve gracias al lanzamiento de aparatos como el VHS o el DVD, pasando por el malogrado LD, y algo más tarde por el MP4 y el Blu-ray. El énfasis puesto en este tipo de formatos reforzó el carácter visual de la ópera y el ballet en los medios de masas de los últimos años del siglo XX, ya de por sí una tendencia al alza desde finales de los setenta. Las bondades atribuidas a estos soportes audiovisuales reforzaron su estatus en las secciones dedicadas a la tecnología en las publicaciones sobre música clásica mediante frases del tipo: «no se conforme con la mitad, si puede aplaudir el espectáculo entero»¹⁰.

Pero retomemos el tema de la atención. ¿La ingente cantidad de música en la red deviene en una falta de atención del oyente? ¿El hecho de tener disponible toda la música que se quiera al alcance de la mano hace que el oyente pierda interés en ella? ¿Qué pasa con el valor estético y cultural de la música? ¿Deviene el streaming en un empapuzamiento del oyente? Algunos estudiosos, sostienen que el exceso de información digital provoca una vulgarización del conocimiento y una devaluación intelectual a través de un pseudo-aprendizaje cooperativo que se impone en la red¹¹. «Cuando todo está disponible y es alcanzable, la atención profunda no halla ocasión», dice Byung-Chul Han¹². Internet, por ejemplo, ha provocado lecturas rápidas que no fomentan el pensamiento crítico. Una devaluación del pensamiento que las grandes corporaciones aprovechan para «convertir nuestra distracción en [su] dinero»¹³. Este postulado asume apriorísticamente que nuestra civilización estaba asentada en la escasez de información y contenidos, y que precisamente por ello la lectura solía ser atenta y profunda, crítica y vertical, una lectura que fomentaba la inteligencia. En cambio, en la era digital, dada la ingente cantidad de información que fluye en la Web, la atención está desapareciendo en favor de una lectura espuria, distraída, banal y acrítica, ausente y fragmentada. Este ejemplo sobre las consecuencias de

¹⁰ *Ritmo*, Octubre (1991), p. 164.

¹¹ Véase Nicholas Carr (2011), José Alfonso Furtado (2007), Lucien Febvre (2005), Barbara Cassin (2008), Neil Postman (1994), Andrew Keen (2007), Tara Brabazon (2007), Mark Bauerlein (2008), Barrie Gunter (2009) o Jaron Lanier (2010). Citados todos en PONS, *El desorden...*, pp. 103-104.

¹² HAN, BYUNG-CHUL: *No-Cosas. Quiebras del mundo de hoy* (Barcelona, Penguin Random House, 2021), p. 99.

¹³ PONS, *El desorden...*, p. 106.

la era digital ¿podríamos trasladarlo al concepto de atención en la escucha? ¿Ha conducido la era digital de la música a la pérdida de atención del oyente? Parece ser que sí. Que la abundancia, movilidad, inmediatez y ubicuidad han fragmentado la escucha en un puntillismo auditivo de poco valor. Lo mismo ocurre con lo visual. Al existir tantísimo material disponible al que accedemos a demanda, el interés en el contenido se desvanece. La oportunidad de volver a los archivos digitales es infinita, a diferencia de la música en vivo o la colección de discos privada de la era analógica. ¿Esta infinitud deviene en pobreza de la cultura?

No para todos los investigadores se trata de pérdidas. Para estos, la masificación informativa digital hace que surja un nuevo tipo de inteligencia simultánea que es capaz de conjugar la lectura con lo visual y lo auditivo, sin detrimento de ninguna de ellas. Sin embargo, nuestra tesis es la contraria. Queremos demostrar que la atención se fragmenta, salta de una tarea a otra favoreciendo pequeños momentos de atención, pero imposibilitando la profundidad, como veremos más adelante cuando tratemos la escucha atomizada.

Tal vez una de las causas en la pérdida de atención provenga de la fragmentación por la implementación del multimedia. El pensamiento tiene que compartir su espacio con el paratexto y el hipervínculo en una pantalla repleta de información de todo tipo, sea ésta de nuestro interés o no. ¿Ha provocado la era digital un bloqueo en la capacidad de atención profunda, tanto en los objetos reales que rodean nuestra cotidianeidad como en los objetos virtuales enmarcados en pantallas? ¿Es la era digital de la posmodernidad una etapa de distracción de esos objetos virtuales que generan cierta trivialidad y una actitud hedonista subjetivada por las modas y el consumismo? Parece que sí. Algunos estudios sobre la psicología del desarrollo y la educación enfatizan las teorías sobre la pérdida de atención y la decreciente contemplación que está convirtiendo radicalmente nuestra forma de aprender y pensar¹⁴.

Al margen de estos estudios, como ya hemos visto, es evidente que los soportes que almacenan información añaden valor tanto al soporte en sí como a la información que transporta. Al menos esto fue así entre las generaciones que algunos llaman “adoptados digitales” (para diferenciarlos de los “nativos digitales”). Me puedo referir al manuscrito que, a pesar del nacimiento de la imprenta, no cesó la actividad de copistas y amanuenses. La abrupta falta o carencia de información (y esto se puede observar en periodos bélicos o en dictaduras donde además de escasear, se manipula), suscita e infunde una apreciación de la información. Por el contrario, el

¹⁴ Vid. WOLF, MARYANNE: *Cómo aprendemos a leer. Historia y ciencia del cerebro y la lectura*, (Barcelona, Ediciones B, 2008); véase también Mirit Barzillai, “The Importance of Deep Reading”, *Educational Leadership*, N.º. 66, 6 (2009), pp. 32-37. Véase además HAN, BUYNG-CHUL: *La sociedad el cansancio* (Barcelona, Herder, 2021, [2010]).

exceso corrompe el sentido de lo importante y lo esencial cuando están en manos legas. Así, mientras la música se almacenaba en soportes sólidos (físicos), la adquisición del continente y el contenido —soporte y música— le añadía valor por dos motivos: por un lado, por el pago de su adquisición que concedía cierto valor tanto el soporte como su contenido. Por otro, dada la escasez de música que un oyente podía acumular, la propia música y su escucha eran valoradas en sí mismas. Pagar por la cultura es necesario si no queremos que se infravalore. Hoy, con el acceso a gran escala de ingentes cantidades, géneros y estilos de música, esta está perdiendo su valor como objeto, pues la adquisición directa y gratuita degenera la cultura, perjudicando también el valor del propio continente-soporte como objeto. Ya lo advertía en 1928 Paul Valéry preconizando que la música podría comportarse en el futuro como el agua o la electricidad mediante un flujo incesante y extremadamente accesible¹⁵.

La música de la era digital es un producto de consumo inmediato e instantáneo al que creemos tener derechos adquiridos, precisamente por su facilidad de acceso. Recordemos que antes incluso que Lévy, hubo un tiempo en el que el agua corriente no fluía de ningún grifo y en el que la luz provenía de lámparas de aceite. Si nuestros ancestros pudiesen ver cómo fluyen hoy en día en los países desarrollados de todo el globo, el valor de entrega sería mucho mayor que el que nosotros mismos conferimos ahora mismo al acceso de estos bienes. Con ello quiero ejemplificar que la abundancia de un bien, un producto, o un objeto conllevan infravalorarlo. Algo que tal vez esté ocurriendo hoy con la música.

En este apartado veremos cómo se construyó lo que hoy conocemos como escucha atenta y su deconstrucción. Vamos a ver que, de forma muy general, existen dos vertientes: por un lado, quienes defienden la necesidad de una preparación (que podríamos llamar académica o intelectual) a la hora de practicar una escucha atenta; por otro, aquellos que defienden una escucha menos racional e intelectual y más emocional. Una tercera opción, que tiende a pasar inadvertida es el extremo opuesto al de la escucha atenta, es decir, la música de ambiente o no-escucha como la llaman algunos, una música pensada precisamente para no ser escuchada.

Ya vimos en un capítulo anterior que existen experimentos desde la neurociencia y la psicología que intentan cuantificar el mayor o menor grado de atención y la comprensibilidad de la

¹⁵ En palabras de Valéry, «Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo» (Valéry, 2005: 131-132). David Bowie (quién tal vez leyera al filósofo y ensayista francés) en el New York Times en el 2002 también comparaban el flujo de música con el del agua o la electricidad: «*Music itself is going to become like running water or electricity*» (Bowie, New York Times, 2002).

escucha, pero sus resultados no son significativos ni concluyentes para nuestros objetivos¹⁶. Por este motivo nos centraremos en la evolución histórica de lo que hoy entendemos por escucha atenta.

¹⁶ Véase por ejemplo, el estudio realizado por Michael Schoeffler y Jürgen Herre del International Audio Laboratories Erlangen, en el que se demuestra que aquellos oyentes que tienen conocimientos sobre algunos parámetros de la música, son capaces de distinguir entre diferentes calidades de grabación: SHOEFFLER, MICHAEL y JÜGEN HERRE: “About the different types of listeners for rating the overall listening experience” en A. GEORGAKI y G. KOUROUPETROGLOU (Eds.); *Proceedings ICMC/SMC/2014*, 14-20 septiembre 2014, Atenas, Grecia.

3.1. LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESCUCHA ATENTA

Es necesario anticipar, aunque sea brevemente, que nuestro actual concepto de escucha atenta en música (estética, contemplativa, funcional, o estructural, según quién la describa) proviene a su vez de un cambio paradigmático en el concepto de obra (*opus*), que a su vez tuvo consecuencias en la construcción estético-filosófica de la figura del compositor entendido ahora como genio en torno a 1800. Publicaciones como *The Spectator* de Joseph Addison de 1711 o *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas acerca de lo sublime y lo bello* de Edmund Burke (1727-1795) de 1757, allanaron el camino para este cambio de paradigma¹⁷. Senda que prolongarán el primer libro de la historia dedicado en exclusiva a la biografía de un compositor, *Memoirs of the life of the late George Frederic Handel* de John Mainwaring publicado en 1760, y la que suele considerarse la primera historia moderna de la música, *General history*, de Charles Burney, cuya primera publicación data de 1776. Este cambio conceptual sobre la obra y el compositor se produjo primero en la Inglaterra del siglo XVIII y pasará al resto de Europa a lo largo del XIX.

Por su parte, Mark Evan Bonds defiende la idea de que las regiones germanoparlantes de la última década de 1790 fueron las que fomentaron «una nueva concepción de las artes —entre ellas la música— radicalmente nueva [...]»¹⁸. Un nuevo modo de escucha que giraba en torno a una nueva música instrumental —más en concreto la sinfonía— y que se convirtió en un equivalente «al acto de pensar»¹⁹. Una década en la que se desmorona la «premisa milenaria» de que la música puramente instrumental era incapaz de transmitir ideas al margen del auxilio de la palabra, y en la que se suceden cambios sociales (Revolución Francesa) y filosóficos que incidirían en la representación descubierta de identidades comunitarias nacionalistas. Refiriéndose a la generación anterior a Beethoven, afirma Bonds: «A fin de cuentas, ésa fue la primera generación que consideró la escucha una forma de pensamiento»²⁰. Dicho de otro modo: «El significado musical, comoquiera que se defina ese concepto tan problemático, es un constructo que surge del acto de la escucha y, en consecuencia, está moldeado tanto por el oyente como

¹⁷ Burke habla en *De lo sublime y de lo bello* del gusto, que se forma mediante la suma de tres factores: los sentidos, la imaginación y el juicio o razón. Burke divide el gusto en dos grados cuyas causas son: 1) la mayor sensibilidad natural y; 2) una atención más cercana y larga. El análisis que hace Burke sobre que lo que llama el “efecto de lo sublime” tiene que ver con el asombro; “y el asombro es aquel estado del alma, en el que todos sus movimientos se suspenden con cierto grado de horror”. Para Burke, lo sublime es el terror, la grandeza, la infinitud y la magnificencia. Los efectos inferiores son la admiración, la reverencia y el respeto. Vid. BURKE, EDMUND: *De lo sublime y lo bello* (Madrid, Tecnos, 2014).

¹⁸ BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014, [2006]), p. 10.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*, p. 18.

por la obra musical. Los dos son esenciales en la experiencia estética»²¹. En definitiva, fue con la estética idealista germana de finales de la última década del siglo XVIII cuando surge una nueva postura que antepone una actitud activa frente a la escucha, una postura inédita hasta la fecha. Con todo y ello, el propio Bonds asume la inevitabilidad de que «todo intento de reconstruir las formas de escuchar existentes en el pasado debe afrontar la difícil tarea de reconciliar una inevitable variedad de reacciones ante un objeto común»²².

Esta inédita concepción ontológica redundará en los campos de la estética y la filosofía del arte, y arrastrará a los modos de escucha inevitablemente hacia un reconsiderado enfoque sobre la conducta contemplativa, cuasi mística y atenta de la que somos herederos. Para entender la diferencia entre la escucha atenta y su opuesto, debemos remontarnos al pasado burgués y colonial de las salas de conciertos y los salones privados en las postrimerías del año 1800. Debemos asumir antes de emprender nuestro viaje que la forma de escucha atenta, entendida como “pura”, o “estructural” no es más que una anomalía a lo largo de toda la historia social y antropológica. La mayor parte de la percepción musical en cualquier lugar del mundo y en cualquier momento de la historia es completamente contingente y circunstancial, y está sujeta a los prejuicios de las diferentes culturas, así como a las propias experiencias personales. Como bien señala Robert Gjerdingen, toda percepción musical implica sesgos culturales y experienciales²³.

Las prescripciones histórico-políticas crearon lo que hoy se llaman regímenes aurales, regímenes cargados de una fuerte expansión cultural idealizada y normativa (y consecuentemente normalizada con el paso del tiempo), profusamente dirigida hacia el cumplimiento de normas más o menos tácitas y convenciones que fueron exigidas e impuestas con posterioridad a quienes no ostentaban el poder, a la vez que sirvieron para delimitar diferencias entre los estratos sociales²⁴. Tan sólo un pequeño grupo de las clases pudientes del siglo XIX, junto al surgimiento de los aparatos de grabación y reproducción del sonido desde finales del mismo siglo, suponen la pequeña excepción al ideario defensor de la escucha atenta tan demandada por la alta cultura a lo largo de más de doscientos años.

En el siglo XIX es cuando se cimenta esta escucha profunda como la entendemos hoy, o al menos hasta más allá de Adorno²⁵. A los cambios ya anunciados de la escucha y su concepción estética, a las convenciones burguesas y la construcción de la idea de obra y de genio, hay que

²¹ *Ibid.*, p. 19.

²² *Ibid.*, p. 35.

²³ Citado en CLARKE, F. ERIC: “Music and psychology” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 117.

²⁴ Véase BIELETTO-BUENO, NATALIA: “Regímenes aurales a través de la escucha musical: ideologías e instituciones en el siglo XXI” en *El oído pensante*, Portal de publicaciones científicas y técnicas, Chile, agosto 2019-Enero2020. Vol. 7, nº. 2 (2019), pp. 111-134.

²⁵ *Close listening*, o *careful listening*, la llaman los investigadores anglosajones de la escucha.

sumar el desarrollo tecnológico, en particular los primeros intentos de microfónica (Charles Wheatstone en 1837 y David Huges en 1878). También el uso del estetoscopio, el desarrollo de las ciudades y la industrialización. Tampoco debemos obviar la importancia de las investigaciones en el campo de la audición en las décadas de 1820 y 1830, tanto en acústica como en medicina, pues obtendrán resultados excelentes, remarcando la importancia de la escucha atenta en los ámbitos ordinarios de la vida²⁶. El arte, la estética, la ciencia, la musicología, la literatura y el psicoanálisis de fin de siglo se aliaron para dejar constancia de que Europa estaba adoptando formas inéditas de percepción.

3.1.1. La construcción de la escucha atenta en la música en vivo

En la voluntad de Orfeo no aparece la de legislar para la mayoría de la gente. Tan solo quería dirigirse a aquellos que fuesen puros en la escucha. Solo cantaba para quienes tuviesen sus oídos predispuestos. Con su canto melódico rescató a Euridice del inframundo, única vez que Hades y Perséfone ablandaron sus corazones. Al morir en manos de las bacantes tracias tras haber sido rechazadas por Orfeo, lo apedrearon, despedazaron y esparcieron sus miembros. Dice la mitología que su cabeza, arrojada al río Hebro, siguió cantando hasta llegar al mar. Una voz órfica que no sólo obliga a escuchar con atención, sino que embelesa a quien le llega, un canto que no cesa ni después de muerto. Un Orfeo que comparte con Dios el haber escapado de entre los muertos y haber usado la voz para enviar su mensaje al mundo.

Platón se quejaría en sus tiempos de la pérdida de ortodoxia en la escucha de música, «porque antes se escuchaba en silencio, así lo hacían las personas cultas, mientras que los niños, sus cuidadores y el público revoltoso eran mantenidos en orden por medio de la vara de la

²⁶ «Several publications by scientifically inclined figures in the 1820s and early 1830s sounded the first hints of a larger cultural shift toward close listening. Among his many other investigations, Wheatstone, beginning in 1823, published a series of eclectic aurally centered articles with such titles as "New Experiments on Sound." By that time, William Hyde Wollaston — physicist, chemist, discoverer of palladium and rhodium, and inventor of the camera lucida — had made, in an article titled "On Sounds Inaudible by Certain Ears" (1820), the earliest claim for the relative receptivity of ears to high-pitched frequencies. One story has it that Wollaston, attempting to ascertain whether some people could hear high notes that others could not, played on pipes while hiding behind the stacks in Sir Henry Bunbury's library and watched to see which readers jumped or winced at certain pitches.¹⁹ Through such eccentric methods, Wollaston explored "the other side of silence" a half-century before George Eliot invoked the ability of "hearing the grass grow and the squirrel's heart beat" as a metaphor for her doctrine of sympathy and lamented that "the quickest of us walk about well wadded with stupidity" (189). One of Wollaston's most distinguished students, the astronomer-physicist-chemist John Herschel, completed an article on "Sound" for the *Encyclopaedia Metropolitana* in 1830, which synthesized previous studies and influenced, among other works of the early 1830s, the physicist David Brewster's writings on acoustic and musical illusions in his *Letters on Natural Magic* addressed to Sir Walter Scott (1832) and mathematician Mary Fairfax Somerville's survey of sound in her best-selling *On the Connexion of the Physical Sciences* (1834), which went through ten editions. These writings were widely consulted by readers from all walks of life, not just scientists»; PICKER, *Victorian soundscapes...*, p. 8.

policía»²⁷. Aristóxeno, el más reconocido discípulo de Aristóteles consideraba: «Sólo aquello que es captado de manera fiel por un oído cultivado, lo que constituye una exactitud sensible, resulta apto musicalmente; el resto de argumentos son teorías casi siempre refutables»²⁸. Esa idea pitagórica de que toda respuesta se halla en el número, «responde a una concepción filosófica y no musical», a ojos de Aristóxeno²⁹. Lo que más le interesaba a éste «era la práctica y la percepción que derivaba de ella». Los tres géneros de la Antigüedad, diatónico, cromático y enarmónico, fueron tratados por Aristóxeno en su *Libro II*, versado sobre la ciencia de la melodía armonizada, que divide en siete partes. Al final de su clasificación advierte que «cada realidad melódica debe entenderse de forma exhaustiva con el oído y el intelecto, y que todas las partes de la música existen en el devenir, y dado que la comprensión de esta ciencia nace de la percepción y de la memoria “es necesario percibir lo que sucede y recordar lo sucedido”»³⁰. Como indica Ramón Andrés en *Filosofía y consuelo de la música*, de donde provienen las citas anteriores: «Como todavía ocurre en los refectorios monásticos, en los antiguos gimnasios y academias griegas los libros se escuchaban. Una sabiduría oída: oídos para la sabiduría. Los leía un sirviente, un *anāgnōstes*, que significa “el lector”. Callar ante la voz que nutre»³¹. Ya en el siglo IV, San Agustín decía sentirse atraído por el canto de las voces en la liturgia: «Peco terriblemente cuando el canto me conmueve más que la palabra cantada y prefiero entonces no escuchar al cantante», escribía en sus *Confesiones*.

Mucho después, en 1768, Jean Jacques Rousseau (1712-1778) contaba una historia en su *Dictionnaire de musique* en la que el filósofo francés Bernard le Bovier de Fontenelle (1657-1757) se preguntaba a sí mismo, después de haber acudido a un concierto de música instrumental: «Sonata, ¿qué quieres de mí»³². Esta inocente pregunta, estaba indicando una nueva actitud histórica hacia el acto de escuchar música. La música que escuchó Fontanelle le exigía una cierta actitud atenta, una actitud que la historia de la música nunca reflejó para toda la música anterior a 1750. Si Fontanelle decidió adoptar esta actitud en la escucha bien podría ser por haberse sentido abrumado ante una música desconocida para él. Todavía en 1750, Fontanelle podía haber adoptado una serie de conductas propias de la época mientras sonase la música,

²⁷ ANDRÉS, RAMÓN: *Filosofía y consuelo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2020), p. 312.

²⁸ *Ibid.*, p. 349.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*, pp. 351-352.

³¹ *Ibid.*, pp. 319-320.

³² Citado en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 145.

como hablar, comer, beber, moverse libremente por el entorno o tomar helado, pero prefirió escuchar atentamente³³.

Para llegar a estos estados, la blandura de Hades, el enfado de Platón, la teoría peripatética de Aristóteles, la íntima confesión de un seglar como San Agustín y la de un filósofo como Bovier de Tontenelle, es necesario aceptar que se adopta un compromiso. Solo quien escucha con atención será capaz de turbarse y perturbarse, emocionarse y desestabilizarse. Escuchar de forma pura, respetuosa, alejada de la matemática pitagórica y cercana a la percepción sensorial, pecaminosa e inocente, requiere de una actitud receptora. Veamos la manera en que el Romanticismo manifestó un tipo de escucha silente con características que lo diferencian de la música sacrificial anterior; aunque en sus primeros años se entremezclaron actitudes activas y pasivas.

El nuevo paradigma de escucha atenta como lo entendemos hoy comenzó a emanciparse de las tradiciones anteriores durante la segunda mitad del siglo XVIII dentro de un contexto de creciente urbanización, en el declive de una aristocracia perteneciente al *ancien regime*, y en el ascenso de una nueva clase media burguesa cada vez más adinerada. En cuanto a las artes, la actitud adoptada tuvo que ver con su separación en bloques y la conformación de una filosofía de la Estética, así como la fuerza impetuosa del *Sturm und drang* alemán de finales del siglo XVIII y con el movimiento romántico en las artes y las letras. Por su puesto, también tuvo que ver el desarrollo de la música sinfónica, la música absoluta y la programática, pues desempeñaron un papel fundamental en una progresiva huida de las reglas impuestas por la racionalización y la Ilustración del siglo XVIII³⁴. Fue en el Romanticismo cuando se hizo del arte una religión y de la actitud de escucha un culto a la virtud social³⁵. El Romanticismo en la música no comienza con una revolución en la obra de arte musical, sino con un cambio en la forma de escuchar. La música romántica aún no existía; o, mejor dicho, sólo existía en los oídos de los románticos. Estamos en condiciones de decir que el Romanticismo, y no sólo en la música, comienza con un cambio de percepción referido a la música (no a la literatura o al arte pictórico) y que el sentido afectado es claramente el oído (no la vista)³⁶. Tal vez no se trate de la atención de la escucha lo que reforzó el Romanticismo sino un modelo de percepción basado en el juego de la imaginación y la fantasía; un modelo perceptivo individual y autónomo, alejado de la retórica y las convenciones.

³³ EVAN BONDS, MARK: "Turning *Liebhaber* into *Kenner*. Forkel's lectures on the art of listening, ca. 1780-1795" en THORAU, *The Oxford Handbook...* p. 145-161.

³⁴ El erudito conde veneciano Francesco Algarotti fue de los primeros en construir una sala en 1762 con una arquitectura acústicamente controlada para una escucha atenta y sacralizada.

³⁵ ZARGOSKY-THOMAS, *Listening in Paris...*, p. 285.

³⁶ WALLRUP, ERIK: *Being Musically Attuned. The Act of Listening to Music* (Ashgate, 2015), p. 28.

No menos importante fue la adaptación que sufrieron las salas de conciertos dada la popularidad que adquirieron los oratorios en toda Europa durante la segunda mitad del siglo XVIII. A diferencia de la actitud en los conciertos públicos en los que los oyentes acostumbraban a llegar tarde, deambular, hablar, comer, beber, etc., el oratorio proclamaba una verdadera actitud religiosa exigiendo para las salas públicas la misma conducta respetuosa y sacralizada que se oficiaba en las iglesias³⁷. La actitud mística, a la vez que sacralizó toda la música clásica del siglo XIX, dio acogida a una boyante burguesía secularizada que se adaptaba céleramente a la ansiada vida aristocrática. Un concierto convertido en espejo y escaparate, un lugar donde no sólo acudir a escuchar música, sino un escenario en el que observarse a sí mismo y a los demás. Un espacio, como dice Szendy, «en el que se viene a mirar a los que escuchan, al que se acude para ver escuchar, incluso para escuchar escuchar»³⁸.

Los programas y las notas al programa de los conciertos también colaboraron en la consolidación de un modo de escucha atenta y controlada durante todo el siglo XIX. En algunos casos se inculcaba un tipo de escucha formalista propiamente continental. En otros, se trataba de una educación más emocional y menos racional, como la que impulsó la Union Musical dirigida por John Ella a mediados del siglo XIX en Londres³⁹. En ambos casos, el interés por apreciar la estructura y la forma de las obras fue una prioridad que los programas conseguían mediante la preparación del oyente en las emociones, y mediante la convicción de que una escucha atenta era mucho más apropiada que una escucha difusa o distraída. Estos programas de mano fueron estrategias para preparar psicológicamente al oyente y hacerle adoptar una determinada actitud en los comportamientos de escucha. Estas prácticas siguieron vivas en el futuro, aunque la escucha atenta se impusiera primero en las salas de concierto y más tarde, por imitación en los teatros. Se trata de una actividad que no cuenta con más de ciento cincuenta años de historia. Escribe Christian Thorau: «A new perceptive practice entered the concert hall and the opera house between 1840 and 1890, first emerging in Britain and then spreading across the continent and North America»⁴⁰.

Esta práctica emergente tendría consecuencias importantes para la consolidación del canon pues vino a reforzar el trabajo de un grupo de determinados compositores y obras, relegando a otras a su eterno papel secundario. La práctica de preparar psicológicamente al oyente en la

³⁷ BLANNING, TIM: *El triunfo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2017, [2008]), p. 146.

³⁸ SZENDY, *Escucha...*, p. 140.

³⁹ Véase apartado 4.2.2.

⁴⁰ THORAU, CHRISTIAN: "What ought to be heard. Touristic listening and the guided ear" en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 213.

escucha a adoptado nuevos medios de difusión a través de los libretos de los discos o las carátulas de los LP, o las charlas previas a un concierto o una ópera.

La suma de la crítica en las publicaciones periódicas, los programas (que funcionaban como marcadores externos), las notas al programa (que servían de marcadores *in situ*), los libretos de los discos, notas de prensa, guías de conciertos (especie de programas más elaborados que eran vendidos antes del concierto), la publicación de reducciones para piano, las ediciones para piano a cuatro manos, todo tipo de arreglos operísticos, extractos, popurrís, así como las propias representaciones, constituyeron los principales ejes para la construcción de los modos de escucha durante la segunda mitad del siglo XIX. Thorau compara estos “marcadores” (*markers*) con las famosas guías turísticas europeas de la segunda mitad del siglo XIX. Para él, la manera de guiar al turista en su visita es muy similar a los marcadores disponibles al público en los conciertos y las óperas. Estos marcadores, «tanto verbales como sonoros —señala Thorau— no sólo conducen a la perspectiva musical [*musical sight*, escribe Thorau, tal vez haciendo un guiño al libro de Richard Leppert *The sight of sound*], sino que también ayudan a recordarla cuando la experiencia del concierto ha terminado»⁴¹. Recopilar programas de conciertos y notas al programa, especialmente los que aportaban *incipit* de las obras, fue una práctica habitual entre los aficionados del siglo XIX en un intento por guardar, documentar y recordar la experiencia vivida en el concierto. En definitiva, y como observa Mark Evan Bonds: «La proliferación de publicaciones musicales, biografías de compositores y guías de conciertos a partir de 1800 (y en especial de 1820) alimentaría la ideología del conocedor [...]], un melómano diletante adinerado que, en los albores del Romanticismo, desea escuchar comprendiendo, pero alimentado por la estética filosófica del idealismo y la actitud mística y espiritual»⁴². En la segunda mitad del siglo XIX —con Beethoven como catalizador en el primer cuarto de siglo— los oyentes recurrían a las biografías para explicar las tendencias generales de lo que escuchaban en la producción de cualquier artista. Es decir, recurrir a la biografía del compositor para entender su obra y saber escucharla en consecuencia⁴³. El enfoque hermenéutico del siglo XIX que se centraba en la técnica exigía del oyente el examen de la estructura, la armonía, la conducción de las voces, etc., algo que solo estaba al alcance de unos pocos con el conocimiento de los elementos de la música. El otro enfoque hermenéutico, el que focaliza su atención en la interpretación de las

⁴¹ THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 217. Continúa Thorau: «The musical description of the pieces can function as a marker, preparing and heralding the upcoming event, and can afterwards turn into a souvenir commemorating the personal experience of the live performance».

⁴² BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014), p. 119.

⁴³ BONDS, MARK EVAN: *The Beethoven Syndrome. Hearing music as autobiography* (Oxford University Press, 2020).

biografías de los compositores estaba abierta a la comprensión de todos, incluso de quienes no sabían leer la notación musical⁴⁴.

Entre 1750 y 1925, el sonido en sí mismo fue objeto y dominio del pensamiento y la práctica. Durante estos años, el estudio fisiológico de la audición —entendida como recepción centrada en la física, la biología y la mecánica—, cambió progresiva pero aceleradamente hacia un punto de vista en el que el sonido y la audición fueron reconceptualizados, objetivados, imitados, transformados, reproducidos, mercantilizados, industrializados y producidos en y para las masas⁴⁵. A través de estos conceptos de escucha de la era moderna hemos sido capaces de moldear la historia de la recepción y la percepción del sonido al servicio de una tesis racional.

Recordemos que durante el siglo XVIII los argumentos sobre el significado de la música se centraron en el valor relativo de la obra musical, fuera ésta instrumental, vocal u operística. La música instrumental estaba considerada una categoría inferior a la música acompañada de palabras y gestos:

La música instrumental, aunque sin duda puede considerarse en algunos aspectos como un arte imitativo, lo es mucho menos que otras que merecen esta denominación; no puede imitar más que unos pocos objetos, y de forma tan imperfecta que sin el acompañamiento de algún otro arte, su imitación es apenas inteligible: la imitación no es esencial en ella, y los efectos principales que es capaz de producir surgen de poderes completamente diferentes a los de la imitación⁴⁶.

La primera mitad del siglo XIX adoptó una nueva teoría de la *expresión*, dejando atrás la teoría de la *imitación* del siglo XVIII. La música instrumental empieza a ser valorada por encima de la música vocal, independientemente de su relación con la palabra o los objetos. Dicho de otro modo, la apreciación de la música durante el siglo XVIII implicaba un saber intelectual, no un interés emocional o expresivo como sí defendió el ideal romántico de comienzos del siglo XIX.

Pero si el primer romanticismo ansiaban una estética espiritual, propia del Geist alemán, pronto, en contra de esta escucha expresiva, emocional y romántica, en contra de esta escucha de la música instrumental —sinfonías sobre todo— que anhelaba cimentar un ideario político como medio de cohesión social y nacional alemán (o mejor, en tierras de habla germana),

⁴⁴ *Ibid.*, p. 114.

⁴⁵ STERNE, *The audible past...*, p. 2.

⁴⁶ Citado en FRITH, SIMÓN. *Ritos de la interpretación* (Spanish Edition). Grupo Planeta - Argentina. Edición de Kindle.

Edward Hanslick vino a promulgar en la segunda mitad del siglo XIX que «el valor estético en la música» era capaz de sostenerse por sí mismo al margen de otras consideraciones éticas y sociales: «experimentar un tema musical como un tipo de objeto bello por medio de un acto voluntario y puro de contemplación que constituye por sí solo el verdadero método de escucha artístico»⁴⁷. Para el formalista checo, la apreciación de la música radicaba en las cualidades formales de la obra independientemente de la experiencia del oyente o su subjetividad. Mejor dicho, la escucha estaría modelada tanto por la subjetividad del oyente como de la interpretación, algo que convertía a la escucha en una actividad que el propio Hanslick denominó patológica. Se trataba de «saber qué escuchar más que cómo sentirse respecto de ello»; la música debía ser creada, interpretada y entendida intelectualmente y no sentimentalmente. En cierto modo, el formalismo supuso una vuelta a los ideales racionales e ilustrados del siglo XVIII⁴⁸.

La racionalidad de la escucha se consigue mediante la contemplación pura y deliberada, superior a la escucha pasiva y emocional, a la que Hanslick llamó patológica. Será más importante aprender a discernir la estructura y la forma de la obra que las sensaciones que puedan causar en los oyentes. Concede superioridad a la escucha del compositor que a la del oyente medio, ya que cuando trata al primero lo hace empleado el término *Geist*, mientras que cuando habla del oyente emplea el término *Gemüth*⁴⁹. Como el formalismo reforzaba la estructura de la obra por encima de otros factores, este tipo de escucha que exigía en el público semejante esfuerzo vino en llamarse escucha estructuralista en tiempos de Adorno. Hanslick pretendió elaborar una clasificación de los modos de escucha, pero todas las opciones que barajó pueden resolverse en dos categorías, la escucha atenta y la distraída. Además, sus presunciones son claramente jerárquicas, no menos que las de Adorno. Dos modelos polarizados que separan a los oyentes en función de su conocimiento sobre las estructuras formalistas de la composición. Por un lado, el oyente serio y por otro el popular. El atento y el distraído. El formado intelectual y el lego. O lo que es igual, surgen dos tipos de escucha, una escucha idealizada y estructuralista, y otra imperfecta y de menor valor⁵⁰. Como resultado de la labor pedagógica de Hanslick, buena parte de los musicólogos de la segunda mitad del siglo XIX imitaron su línea argumental.

⁴⁷ *Ibíd.*

⁴⁸ *Ibíd.*

⁴⁹ «Los compositores recurrían al *Geist* para escribir música, pero Hanslick no deja de eludir la cuestión de si el público debería hacer lo mismo al escucharla»; BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014, [2006]), p. 253. El epílogo de este libro es verdaderamente ilustrativo ya que el autor aborda la escucha de música instrumental desde la conformación estética, social y política entendidas como un único organismo capaz de modificar las conductas del los oyentes.

⁵⁰ Esta disputa llega hasta hoy a través de dos concepciones musicológicas. Según la musicóloga estadounidense Rose Ronsengard Subotnik, existían dos vertientes en la disciplina musicológica a comienzos de la década de 1990, la visión continental (Continentalist) y la anglo-americana (Anglo-American). La primera es teórica y

Hanslick era conocedor de las notas al programa británicas de mediados del siglo XIX. Criticó estas prácticas, comparando al oyente alemán, que «apenas necesita orientación» con el inglés, «en la medida en que el inglés la busca»⁵¹. Como hemos visto, algunos de los programas de mano y sus notas al programa para los conciertos de cámara de John Ella, primero célebres en Londres y más tarde en Manchester, Liverpool, Cambridge y Glasgow, realizaban algunas anotaciones dirigidas a las emociones, algo que Hanslick rechazaba de plano en su búsqueda por una escucha formalista alejada de lo emocional. Pero estas notas al programa británicas se extendieron al continente europeo y al americano a finales del siglo XIX, lo que demuestra que la opinión de Hanslick sobre que el alemán no necesitaba ningún tipo de orientación cuando escuchaba, era errónea, para su propia consternación.

De esta manera, desde finales del siglo XVIII hasta el *Vom Musikalisch-Schönen: Ein Beitrag zur Revision der Ästhetik der Tonkunst* de Hanslick de 1854, la escucha de música instrumental —más en concreto de sinfonías, y más aún en la Alemania de comienzos del siglo XIX—, se llevó a cabo con una actitud emocional y plenamente subjetiva a la vez que, paradójicamente, se buscaban elementos comunitarios que reforzaran una política de carácter cultural más que territorial o política que aglutinara elementos comunes identitarios. La idea de Alemania como nación vendría más tarde. El idealismo, la emoción, la sinfonía como marco para la cohesión social serían reemplazadas por Hanslick en la década de 1850 por el formalismo, la escucha individual y subjetiva, por el reconocimiento de la estructura y la autonomía de la obra al margen de relatos y narrativas de cualquier orden y temática.

Antes que Hanslick, encontramos dos intentos de sistematización de la escucha que han tendido a pasar algo inadvertidas. El historiador y compositor Nikolaus Forkel (1749-1818) fue el primero en realizar un acercamiento sistemático en su *Ueber die Theorie der Musik, insofern sie Liebhabern und Kennern nothwendig und natzlich ist: Eine Einladungsschrift zu musikalischen Vorlesungen* publicada en Göttingen en 1777. Procedente de una serie de conferencias, el objetivo de su escrito consistió en elevar a los diletantes (*Liebhaber*) al nivel de *connoisseurs*

metafísica, asume su ideología y la hace explícita, observa y analiza el amplio contexto social e ideológico que rodea a la música. Es teórica, social y contextual. La musicología angloamericana se basa en enfoques meramente empíricos, en el análisis estructural de la partitura, la obra, se preocupan por “the physical components of the score”, en particular por la restauración del texto musical a su forma original. Toda la información externa al texto que obtiene (sistemas de notación, marcas de agua, prácticas interpretativas, costumbres religiosas, etc.) se relaciona directamente con esta tarea de restaurar. Puede que exista cierta relación entre lo que se entendía por escucha estructural en el siglo XIX y la postura angloamericana adoptada por la musicología estadounidense a la que Subotnik dirige sus críticas. La visión empirista renuncia a aceptar el valor y la ideología de la música y la continentalista aceptaría incluir la postura empirista en su epistemología para el estudio hermenéutico de las obras; véase SUBOTNIK, ROSE ROSENGARD: “The role of ideology in the study of Western music” en *Developing variations. Style and ideology in Western music* (Mineapolis, University of Minnesota Press, 1991), pp. 3-14.

⁵¹ THORAU, *The Oxford Handbook...*, pp. 207-227.

(*Kenner*). Lo hizo a través de unos consejos sobre cómo debían escucharse las obras musicales: escuchar sin prejuicios y sin afectación, decía; no juzgar si no se tiene preparación; pensar en el propósito de una obra; intentar reconocer el género al que pertenece; observar el efecto de la obra en el público; discernir el gusto nacional; observar el temperamento del gusto; diferenciar entre la interpretación y la composición; abstenerse de emitir juicios si solo se ha escuchado la obra una vez; considerar la calidad y la técnica de la voz así como la naturaleza y las exigencias del instrumento y el intérprete. Forkel parece estar describiendo la labor de un crítico más que la del oyente estándar.

Para entender mejor lo que se propuso Forkel es necesario entender que los oyentes de finales del siglo XVIII tendían a ser clasificados en base a una serie de factores de distinción —en el sentido que le concede Pierre Bourdieu a este término—. Unos factores que comprendían la estructura social de los públicos y fronteras de clase, las estructuras físico-espaciales que delimitaban la disposición de los asientos, las estructuras ético-educativas y las estructuras lingüístico-verbales usadas en las publicaciones. En base a estos factores, los públicos de la primera mitad del siglo XIX serían clasificados en *amateurs*, *connoisseurs* y *auditors*. En los diccionarios y enciclopedias musicales británicas de la época, un amateur era «alguien que ama y practica la música, pero no como profesor». Otras veces, con frecuencia, *amateur* y *connoisseurs* (palabra introducida del francés) significaban lo mismo. Ambos términos estaban destinados a los no profesionales pero que tenían conocimientos musicales y podían interpretar la música. Por el contrario, el *auditor* es un tipo de oyente que se impresiona fácilmente ante la música y que carece de los conocimientos necesarios para entender las interpretaciones y los mecanismos internos de la música. Por un momento, el *auditor*, perteneciente a la clase media burguesa sería entendido como potencial peligro del *statu quo* de la burguesía y la aristocracia británica, al barajar la posibilidad de que los intérpretes intentaran satisfacer sus demandas⁵².

Poco después de la clasificación de Forkel, Friedrich Rochlitz propuso en 1799 cuatro tipos de oyentes en base a los hábitos de escucha. Se centró exclusivamente en la profundidad de la escucha, un modelo de percepción que se dio en llamar a lo largo del siglo XIX escucha esteticizada. Se trata del segundo intento por sistematizar la escucha artística. La escucha artística se refería a la música artística, y la escucha estética provenía de la recién instaurada Estética de la Filosofía, pero ambas se referían al grado de profundidad de la escucha, es decir, a la escucha atenta.

⁵² MCGUIRE, CHARLES EDWARD: “Amateurs and auditors. Listening to the British Festival, 1810-1835” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 255-275.

Aludiendo exclusivamente al auditorio burgués, Rochlitz clasificó al público en cuatro grandes grupos. En primer lugar, estaban los que «escuchaban con toda el alma» y sólo estaban interesados en la música en sí misma. Son los «discípulos del arte y entusiastas» que se sumergen en la música, «beben sus tonos, se alimentan y se purifican en sus inmersiones armónicas y desarmoniosas y mueren de la dicha y el deleite. La música ejerce todo su poder sobre ellos». En segundo lugar, los «oyentes racionales» que conocían bien la música, son los «conocedores y críticos», los más exigentes. Se presupone en ellos una cierta preparación musical y los podríamos identificar con el tipo de oyente que Adorno llamaría «experto». Otro tipo de oyentes eran los «oyentes virtuosos», que sólo acudían a las actuaciones para apreciar las habilidades técnicas de los músicos y que simplemente deseaban «ver y ser vistos». Se trata de un grupo «profundamente inofensivo» que no hacen daño al arte ni por su entusiasmo ni por su crítica y además benefician al arte pagando su entrada. El lugar más bajo de la escala lo ocupan los «oyentes deplorables» movidos por la «vanidad y la moda», pues realmente no tenían ningún interés por la música, según Rochlitz. Es «la moda» lo que «los convoca al templo del arte» y perturban a quienes quieren escuchar⁵³. Si se hubiesen quedado en casa habrían salido ganando todos, así de tajante se mostraba Rochlitz. De este modo, Rochlitz estaba anticipando la línea temática de las teorías de Hanslick y Adorno en cuanto la racionalidad de la escucha y su jerarquía. Un tipo de escucha que valoriza la estructura y la forma por encima de otros aspectos, perfectamente diseñada para una clase media burguesa que alimenta su propia disgregación.

Treinta y un años después de la interesante propuesta de Rochlitz, el compositor y musicólogo belga François-Joseph Fétis explicaba lo siguiente en su libro *La musique mise à la portée de tout le monde* de 1830:

Repítese continuamente otra objeción que es preciso no dejar sin respuesta, porque parece fundada y podría suscitar dudas hasta a un entendimiento imparcial. «Guardados de toda esta ciencia» dicen aquellos a quienes domina una pereza invencible, «porque debilitará vuestros placeres. Las artes solo nos procuran goces, en cuanto son imprevistos sus efectos. No procuréis pues adquirir conocimientos cuyo resultado deba haceros capaces de juzgar mas bien que de sentir». Todo este razonamiento se funda en este axioma filosófico. «Percibir es sentir; comparar es juzgar». Pero el perfeccionamiento del órgano del oído que se alcanza con observar el efecto de los sonidos, no es más que un medio de percibir mejor, y de aumentar con esto la suma de los goces. Y aquí porque es necesaria la atención en el hombre inexperto, al paso que sacaría poca utilidad de una ciencia imperfecta. Todo el mundo juzga en música; los unos por un ciego instinto y con

⁵³ Todas las citas relativas a Rochlitz provienen de THORAU, *The Oxford...*, p. 13.

precipitación, otros con un gusto más perfeccionado y ejercitado. ¿Quién se atrevería a decir que el primer modo de juzgar es preferible al segundo?⁵⁴

Imagen 6. Ilustración sobre tipos de asistentes de concierto (1874).



FIGURE 21.1. Illustration for a text on types of concert-goers (1874). From the *Illustrirte Zeitung*, no. 1614, June 6: 436. Bayerische Staatsbibliothek München (2 Per. 26-62, S. 436, urn:nbn:de:bvb:12-bsb11176129-1).

Imagen tomada del libro THORAU, CHRISTIAN y HANSJAKOB ZIEMER: *The Oxford Handbook of Music listening in the 19th and 20th Centuries* (New York, Oxford University Press, 2019), p. 484. Tomada a su vez de *Illustrirte Zeitung*, no. 1614, 6 de junio: 436. Bayerische Staatsbibliothek München.

⁵⁴ FÉTIS, FRANÇOIS-JOSEPH: *La música puesta al alcance de todos. O sea, breve esposición [sic.] de todo lo que es necesario para juzgar de esta arte y hablar de ella sin haberla estudiado* (Barcelona, Biblioteca Vidal, 1873), p. 89.

Con esta disertación, en su faceta de crítico musical, Fétis no se está posicionando en contra de la escucha lega, sino más bien parece estar protegiendo y defendiendo un tipo de escucha basada en la adquisición de unos conocimientos previos con el objeto de legitimar el poder de emitir juicios valorativos sobre ella y de emocionarse. Todos pueden escucharla de la manera que quieran, pero no todo el mundo estará en la disposición de emitir juicios sobre ella, ni de sentirla igual.

Permítaseme un breve paréntesis sobre la disyuntiva entre razón y emoción de la escucha de música. Si el discurso lo centramos en esta dicotomía, podría afirmarse que la experiencia auditiva es un doble proceso de experiencia inmediata (emoción) y de un ejercicio de comprensión y abstracción (razón). La primera no se aprende para nuestros autores, la segunda sí. Siguiendo esta tesis, podríamos pensar que una escucha repetitiva y atenta, con una base formativa suficiente de un conjunto de obras canónicas, podría trasladarnos desde nuestra emotividad de la escucha hacia la racionalidad. Así lo entiende Simon Frith, casi doscientos años después, quien defiende que una obra musical debe ser escuchada en repetidas ocasiones; una costumbre, por cierto, no habitual en el siglo XVIII pero que sí comienza a surgir a principios del siglo XIX⁵⁵. Veremos luego como se pide desde la crítica alemana en la época de Beethoven que se oigan varias veces algunas de las sinfonías para poder entenderlas mejor.

Frith argumenta que: «la estética de la música popular del siglo XX se relaciona más con el interés en el siglo XVIII en la oración, la performance y el gesto, que con las preocupaciones del siglo XIX por la forma»⁵⁶. Viene a decir que la estética de la escucha de música popular del siglo XX difiere de la música clásica porque aquella se realiza conforme a patrones previos a la era romántica. No obstante, cuando Frith establece las diferencias entre la escucha racional del siglo XVIII frente a la expresiva-formal del siglo XIX, lo hace tomando referencias del mundo de la música clásica, si bien, su conclusión la establece para la música moderna popular. Es decir, equipara la escucha de música clásica del siglo XVIII con la escucha de música popular del siglo XX, y esto, a nuestro juicio, resulta ser una comparación un tanto forzada.

Además, Frith aboga porque la solución al debate escucha sensual *versus* escucha intelectual pase por integrar las dos. Pero sin embargo, en su argumento acaba estableciendo un orden: «Más que una respuesta sensual inmediata, seguida luego de su interpretación contemplativa, la escucha musical significa captar una obra intelectualmente y luego sentir placer sensorial en el “movimiento” de la mente»⁵⁷. De este modo, al establecer un orden, Frith está anteponiendo

⁵⁵ FRITH, *Ritos de la interpretación* (Spanish Edition) . Grupo Planeta - Argentina. Edición de Kindle..

⁵⁶ Citado en FRITH, *Ritos de la interpretación*

⁵⁷ *Ibíd.*

lo intelectual sobre lo sensual. Según su afirmación, para poder emocionarse habrá que usar primero el intelecto. Con ello, tal vez sin querer, Frith está más cerca en la defensa de la escucha intelectual que la emocional a pesar de que su deseo radique en la integración de las dos.

Podemos sumar más argumentos a nuestro favor mediante el ejemplo de la lectura de un libro. Todos estamos de acuerdo en que ha habido libros cuya lectura nos ha resultado más complicada de entender que otros, bien fuera por su lenguaje, la sintaxis, el contenido o cualquier otro elemento. La capacidad, el bagaje intelectual y cultural hará que entender un libro resulte fácil, difícil o imposible, según casos. Incluso existen libros cuya complicada lectura parece invitar al lector a su abandono, a la apatía y la desidia, a pesar de que la lectura pueda contener múltiples momentos emotivos. Con la música, pienso, ocurre algo parecido. Para emocionarse con ciertas estructuras, formas, relaciones armónicas, timbres, líneas melódicas, etc., no es necesaria una preparación específica, aunque sí lo es si queremos entender cómo funciona internamente la música. Luego, una cosa es la expresión sensual y otra la racional, con lo que la adhesión de ambas que pretende Frith resulta a mi juicio difícil de justificar.

No podemos establecer una cuantificación de las emociones, pero sí de la mayor o menor comprensión de los parámetros sonoros y las estructuras compositivas. Es decir, no podemos cuantificar la emoción de cada oyente, cuánto se ha emocionado con la escucha, pero sí los niveles de comprensión de las estructuras melódicas, armónicas, formales, etc. Un oyente puede emocionarse con una canción de reguetón o de trap de la misma manera que otro puede hacerlo con una sinfonía de Beethoven o de Mahler. Ahora bien, si comparamos la estructura de un trap de Rosalía con cualquiera de las sinfonías de Beethoven o de Mahler, la armonía, las líneas melódicas, el timbre, etc., resultan ser demasiado simples en el trap en comparación con la sinfonía. En los dos casos, entender las melodías, armonías, estructuras formales y estéticas necesita de un conocimiento previo (por básico que este sea), que resulta ser mayor si se quiere seguir a Beethoven que a Rosalía.

Por tanto, una cosa es la emoción que pueda invocar una música —que además no depende exclusivamente de ella sino de una suma de factores y contextos externos, subjetivos, culturales, contextuales, etc.—, y otra cosa es el capital intelectual destinado a entender la música como una construcción racional y artística. Todos residimos en viviendas construidas con ladrillos, cemento, forja, tejas, cables, yeso, escayola, plásticos, etc., pero no sabemos cómo son los parámetros constructivos ni las relaciones fisicomatemáticas llevadas a cabo para su construcción, no sabemos arquitectura.

Sea como fuere, la cultura de una escucha centrada en la atención como un valor estético que va más allá de la simple audición como divertimento o escucha fisiológica, comienza

alrededor de 1750. Lo más relevante para nuestros intereses es reconocer que ha existido una preocupación por desvelar los modos de escucha desde temprano, concretamente desde que la Estética pasara a formar parte del análisis filosófico y desde que la música, al mismo tiempo, se integraba en el conjunto de las denominadas Bellas Artes, campo abonado en exclusiva por la poesía, la pintura y la escultura hasta las primeras décadas del siglo XVIII. Entre algunos de los factores que ayudaron a consolidar esta actitud estética se encuentran:

1. El apuntalamiento de la música instrumental a lo largo del siglo XVIII y la música absoluta del XIX.
2. El cambio de paradigma estético al amparo e importancia de la filosofía kantiana.
3. La construcción de salas de concierto como espacios de audición pública en donde regular las nuevas convenciones y rituales sobre la manera en que debía ser entendida la conducta y la escucha, ahora atenta (al menos en apariencia), en silencio y respetuosa. Una escucha extendida, prolongada y sin fisuras hasta la conclusión del concierto, momento destinado para el aplauso y el júbilo.
4. La audición intensa y centrada en la forma, que tiene en Hanslick su mayor exponente. (Como hemos visto, Hanslick defendió una escucha dirigida hacia la forma y la estructura de las piezas, lo que implica conocer y descubrir auditivamente las partes internas, motivos, frases, exposiciones y reexposiciones, etc.)

Por tanto, lo que hoy entendemos por escucha atenta o contemplativa, no es más que una actitud estética centrada, intelectual, cercana a la experiencia místico-religiosa —o si se prefiere, filosófico-metafísica—, proveniente de la cultura burguesa del siglo XIX. Una actitud tomada como modelo para la distinción y la distanciaci3n entre las 3lites regio-nobiliarias y el pueblo llano del siglo XVIII, o entre la gente de acomodo y el proletariado del XIX. Siguiendo el argumento de Simon Frith, «los ide3logos decimon3nicos de la m3sica absoluta tal vez se hayan esforzado por hacer de la apreciaci3n musical una experiencia puramente mental, pero el suyo fue un trabajo arduo precisamente porque la mayor3a de los oyentes no escuchaban m3sica de ese modo, por mucho que lo quisieran»⁵⁸. Por lo tanto, lo que hoy entendemos como escucha apreciativa, por usar el mismo t3rmino que Frith, es m3s bien una construcci3n ideol3gica que arrastra el peso de importantes sesgos ideol3gicos.

Lo que ocurri3 a finales del siglo XVIII y comienzos del XIX fue, en definitiva, la suma de un c3mulo de factores que oscilaron entre la adopci3n de un cambio est3tico, hasta una nueva postura comercial, pasando por la inclusi3n de la m3sica dentro de las Bellas Artes y el

⁵⁸ HALL, STUART y PAUL DU GAY: *Cuestiones de identidad cultural* (Madrid, Amorrortu, 2011, [1996]), p. 194.

nacimiento del compositor entendido como genio⁵⁹. En cuanto al sentido comercial, a finales del siglo XVIII, una serie de empresarios de la cultura transformaron lo que Tia DeNora y Arild Bergh llaman el paso de un ritual con música a un ritual en torno a la música: «Thus, from the late eighteenth century onward, rituals *with* music were replaced—at least in elite culture—by rituals *around* music»⁶⁰. A medida que la música aumentaba el capital cultural y económico de aquellos empresarios, otras formas de música a disposición del oyente —como la música folclórica y la música empleada en el ritual religioso o profano—, quedaron paulatinamente relegadas a un segundo plano. Lograr reasignar estas funciones provocó la necesidad de delimitar nítidamente las diferencias entre la música “seria”, adjetivo dirigido a la música clásica occidental, y la “música ligera”, expresión adoptada para la música folclórica y la popular.

3.1.1.1. De composición a opus y de artesano a genio

Hay quien busca un mayor grado de concreción a la hora de establecer un punto exacto en el cambio de paradigma de la escucha silente y atenta. Por ejemplo, para Peter Szendy —quien sigue a su vez la tesis de lo que Tia DeNora llamó «nuevas convenciones que regulan la escucha musical en las salas de concierto»—, fue el barón Gottfried van Swieten, quien introdujo en la Viena de 1777 la seriedad de la escucha y el abandono de la distracción irresponsable. Al parecer, el diplomático, bibliotecario, libretista y compositor Swieten, con acceso a la biblioteca del emperador y amigo y mecenas de Haydn, Mozart y Beethoven, antes de establecerse en Viena, había residido en Berlín en donde «por un lado, la vida musical de la corte estaba centrada esencialmente en la herencia de Bach y Haendel, mientras que, por el otro, el movimiento (literario en su origen) del *Sturm und Drang* había configurado poderosamente la noción de “genio creador” en música»⁶¹. Para Szendy, Van Swieten y parte de la aristocracia vienesa fueron los principales protagonistas de esta «*génesis del genio musical*»⁶². El barón se convirtió pronto en el modelo a seguir en cuanto a los gustos y las modas de la aristocracia vienesa de finales del siglo XVIII. Su actitud silenciosa y atenta enfatizaba la grandeza de los genios compositores y sus obras. «En veinte años el oyente vienés habrá cambiado de rostro y de oídos; habrá renunciado a la figura de Don Juan [se refiere al Don Juan de la ópera *Don Giovanni* de Mozart]

⁵⁹ Un genio que bien pudo entenderse el sentido adaptado de Platón (Mozart), bien como lo estableció Longino en el siglo III (Haendel, Beethoven *Vid.* KIVY, PETER: El poseedor y el poseído. Handel, Mozart, Beethoven y el concepto de genio musical (Madrid, Machado Grupo de Distribución, 2011, [2001]).

⁶⁰ BERG, ARILD y TIA DENORA: “From wind-up to iPod: Techno-cultures of listening” en COOK, NICHOLAS, ERIC CLARKE, DANIEL LEECH-WILKINSON y JOHN RINK (eds.): *The Cambridge Companion to Recorded music* (Cambridge University Press, 2009), p. 105.

⁶¹ SZENDY, PETER: *Escucha: una historia del oído melómano* (Barcelona, Paidós, 2003, [2001]), pp. 144-145

⁶² *Ibid.*, p. 145. La cursiva es suya.

que imita distraídamente y que pervierte la música con los demás; al escuchar, será ya *todo oídos*, de acuerdo con la ley de la obra, con su ritmo, su *paso* o su *andar*»⁶³.

Estos rasgos, apunta Szendy,

fueron importados a Viena a finales del siglo XVIII y se consolidaron en torno a la figura de Beethoven a principios del siglo XX. Ahora bien, este tipo de escucha supone, como he dicho, una actitud de fidelidad a la obra (*Werktreue*), tanto en el caso del oyente como en el del intérprete; fidelidad o respeto cuyas condiciones parecen haberse reunido muy pronto en Berlín, antes de que estos valores llegaran a Viena con Van Swieten⁶⁴.

Podemos suponer que de esta forma nacía el modelo de escucha atenta que se extendería al resto de Europa y que hemos heredado hasta nuestros días. Ahora bien, insistimos en que la consideración de escucha atenta, proviene de un círculo pequeño perteneciente a una élite económica que cruzaba al siglo XIX, en la caída del Antiguo Régimen y el paso a las primeras democracias. Por lo que se deduce de las tesis de Peter Szendy, Lydia Goehr y Peter Kivy, la actitud que hoy podemos ver en las salas y teatros de todo el mundo, esa actitud respetuosa y silenciosa, contemplativa, consciente y supuestamente concedora de aquello que se escucha, no es más que un constructo ideológico. El mismo Szendy se pregunta: «¿cómo es posible *situar*, en efecto, el “nacimiento” de un tipo de escucha?»⁶⁵. Y prosigue:

Después de asistir a uno de los posibles actos de nacimiento de la escucha atenta, una pregunta permanece, persiste, se amplifica y resuena en mis oídos, desde nuestra lectura de Adorno: si comprendemos la necesidad histórica según la cual se han impuesto conjuntamente la noción de obra y una política de la escucha adecuada a esta, ¿es posible que se haya perdido algo en la batalla en cuanto a la *posibilidad* de un *arte de la escucha distraída*? Dicho de otro modo: ¿los oyentes disolutos son siempre necesariamente *sordos*, musicalmente hablando? ¿No hay *también* una parte de sordera (acaso mayor de lo que podríamos sospechar) en la *plenitud*, en la *totalidad* a la que apela la escucha estructural?⁶⁶

Ahora bien, si aceptamos que la música es un bien de consumo cultural y, si, como asume Lipovetsky, este modelo de «consumo de ostentación» comienza a desaparecer en la década de 1980 ante un nuevo paradigma social, podríamos afirmar que el modelo de escucha atenta

⁶³ *Ibid.*, p. 144.

⁶⁴ *Ibid.*, pp.145-146.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 144.

⁶⁶ *Ibid.*, p. 146.

heredado del varón Swieten dista mucho de la escucha democratizada de hoy. Una escucha a la que se nos dio acceso mediante la sociedad del consumo de masas que arranca en torno a 1950 y que destruye algunos (no todos) de los modelos de consumo elitistas. Quiero decir que, asumiendo que en torno a 1980 se produce un cambio de paradigma social importante que nos introduce en nuevas formas de consumo cultural, los postulados de quienes defienden que los modos de escucha actuales provienen de esa construcción ideológica de la burguesía berlinesa y vienesa de fines del siglo XVIII, tal vez no tengan en cuenta los cambios sociales de los últimos cuarenta años. Cambios tecnológicos y sociales de mucho calado. Pero, además, vemos un problema. La idea de escucha atenta se construyó exclusivamente en torno a un estilo de música, el de la música clásica. Para más inri, la idea sobre la escucha estética ha seguido legitimándose a través de las opiniones y trabajos de Hanslick, Schopenhauer, Heinrich Bessler, Adorno y más tarde de Peter Szendy, Tia DeNora, Peter Kivy o James O. Young, entre otros muchos, y se ha transmitido desde la postura musicológica y desde la filosofía de la música. Lo que les libra del juicio que acabamos de enunciar es que, a excepción de Adorno, se centraron en buscar las raíces de los conceptos de obra y de genio, no de la escucha en sí misma, pero todos cayeron en los riesgos que tiene extender la escucha de una música al resto de estilos. Con ello no estamos negando que las actitudes y las conductas actuales sean herederas de las premisas impuestas en torno al año 1800, sino que debemos revisar si los modos de escucha de la posmodernidad distan de la idea de escucha atenta o ésta convive con otras actitudes frente a la audición de música. ¿Acaso no existe un tipo de escucha atenta en la música popular o tradicional? ¿El hecho de que el modo de escucha atenta surgiera en los teatros de representación de la música clásica la hace poseedora en exclusiva de esta forma de escucha, arrinconando la escucha distraída exclusivamente para los oyentes de música popular? ¿Acaso no se centró Adorno en los niveles de escucha de música preferentemente clásica?

Como indica Umberto Eco: «Adorno estaba pensando en cómo se puede corromper el gusto de un melómano, no en cómo un adolescente [indicando que se trata del propio Umberto Eco] puede introducirse en el mundo de la música»⁶⁷. Si afirmamos que quienes escuchan música clásica lo hacen con mayor atención o intencionalidad que quienes escuchan música popular, ¿no estaríamos legitimando de nuevo la distribución clasista de la escucha como se viene haciendo desde finales del siglo XVIII? ¿Lo que llamamos escucha atenta no sería entonces más que una actitud, una postura o compostura, una apariencia, un modo de *estar en*, más que de un modo de *ser*?

⁶⁷ ECO, UMBERTO: *De la estupidez a la locura. Crónicas para el futuro que nos espera* (Barcelona, Penguin Dandom House, 2018, [2016]), p. 146.

El sistema de construcción de los grandes teatros del siglo XVIII no tuvo en general la finalidad de cubrir una necesidad estética sino social⁶⁸. Los palcos se diseñaron para poder ver y ser visto, no para la escucha. Por no hablar de que los pisos de palcos se estratificaron por categorías sociales eminentemente clasistas. Especialmente fue en Italia donde el teatro de ópera «era ante todo un centro social al que las élites de la ciudad acudían casi todas las noches»⁶⁹. Además de la disposición de los palcos y el patio de butacas, la repetición de una misma obra en la programación (hasta docenas de veces) provocaba generalmente una distracción en el oyente. Sólo se prestaba una atención más o menos generalizado cuando hacía presencia algún cantante estelar, cuando el público reconocía un aria más o menos famosa, o cuando el rey o el aristócrata de mayor rango entraban en la sala.

Esta actitud distraída tuvo variadas suertes en los distintos países europeos. Parece que en Italia el desdén por una actitud estética y de escucha atenta alcanzó buena parte del siglo XIX. El compositor Louis Spohr se quejaba en 1816 desde Milán:

Durante la poderosa obertura, varios recitativos con acompañamiento muy expresivos y todas las *pièces d'ensemble* el público hizo tanto ruido que apenas podía oírse la música. En casi todos los palcos, sus ocupantes jugaban a las cartas, y la gente conversaba en voz alta en todo el teatro. Es imposible imaginar nada más insufrible que este horrible ruido para un extranjero deseoso de escuchar con atención. [...] No puedo concebir tarea más ingrata que escribir para un público así y es sorprendente que haya buenos compositores que se presten a ello⁷⁰.

Es necesario señalar la diferencia entre el teatro de ópera y la sala de conciertos ya que fue en este último en donde comenzó el cambio de paradigma estético en cuanto a la actitud de escucha del público europeo. Para Tim Blanning las primeras salas de conciertos construidas para convertir la escucha de música en una actividad en sí misma como principio estético fueron la Holywell Music Room de Oxford en 1749, destinada a albergar conciertos de la Musical Society, la Hanover Square Rooms de Londres en 1775, y ya en el continente, la Gewandhaus de Leipzig en 1781⁷¹. Aunque la distribución de estas salas situaba a la audiencia en los laterales

⁶⁸ En los más grandes teatros europeos como La Scala, San Carlo y Dresde estaba permitida la entrada de la plebe al gallinero ya que ocupar dos mil asientos solo con sus correspondientes aristocracias y burguesía era tarea imposible. Ahora bien, como la construcción, el mantenimiento y el montaje de cada ópera eran tan costosos, el reparto de los gastos recaía también entre las clases más pobres; véase BLANNING, TIM: *El triunfo de la música. Los compositores, los intérpretes y el público desde 1700 hasta la actualidad* (Barcelona, Acantilado, 2017, [2008]), p. 209.

⁶⁹ BLANNING, TIM: *El triunfo de la música. Los compositores, los intérpretes y el público desde 1700 hasta la actualidad* (Barcelona, Acantilado, 2017, [2008]), pp. 197- 272.

⁷⁰ *Ibid.*, pp., 208-209.

⁷¹ *Ibid.*, pp., 215-233.

y destinaba un espacio particular al monarca, con el tiempo se fue adoptando una distribución que enfrentaba el público con el escenario, lo que supone una vez más un avance en la conciencia hacia una escucha atenta. Saber quién acudía a las citas musicales no dejó de ser un acto que fomentaba la interacción social entre las élites, pero la nueva distribución de las butacas junto a determinados cambios en el comportamiento y la conducta ayudó a que la música ocupase el principal foco de atención.

Existe además una diferencia sustancial entre las salas de concierto del siglo XIX y las del siglo XX; o más que en las salas en el talante adoptado en ellas. No se trata de la construcción en sí, ni de la decoración. Las salas de conciertos del siglo XIX tenían dos espacios físicos separados pero que no diferenciaban por completo las funciones de socialización y de escucha. Me refiero al vestíbulo y al propio auditorio. Aunque la sala estaba destinada a la escucha y el vestíbulo a socializar, el acto social no cesaba en ningún momento. A diferencia de lo que ocurría en el siglo XIX, los salones del siglo XX establecen una rígida separación entre el vestíbulo como lugar destinado a la socialización, para ver y dejarse ver, y la sala donde tendrá lugar el evento sonoro, lugar destinado a la escucha en silencio. Esto que podríamos llamar un logro en la batalla en favor de la atención no fue más que un proceso llevado a cabo durante todo el siglo XIX. Nótese que el vestíbulo ha continuado con su función elemental para la interacción social en las salas de concierto construidas en el siglo XX. Incluso la actitud de quien acude asiduamente y quien lo hace esporádicamente es distinta. Quien acude a menudo deja claro a los demás con sus gestos y su comportamiento que se encuentra en espacio natural, seguro y conocido. Quien acude en pocas ocasiones se muestra aturdido, cabizbajo y expectante⁷².

Según el filósofo de la música Peter Kivy, poco antes de 1800 «toda la música, incluida la música instrumental, era un arte multimedia, en el sentido de que toda ella se escribía para variadas y diversas ceremonias domésticas, sociales, públicas y religiosas que, como práctica musical, formaban parte de su apreciado carácter estético»⁷³. Con esta afirmación Kivy está asumiendo que la música anterior al siglo XIX disponía tanto de diferentes funciones como de un componente estético. Tras lo que Kivy llama «el gran corte», la música sería destinada desde comienzos del siglo XIX a la sala de conciertos, definida por él como un «museo sónico». Una sala en donde la música pasaría a ser apreciada por sí misma como un objeto estético independiente de otros contextos sociales o físicos y en donde surgen nuevos paradigmas de escucha. Una escucha atenta, en silencio, siempre en espacios cerrados, inmersa en un ritual en el que el

⁷² SMALL, CHRISTOPHER: "A place of hearing", en SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), pp. 19-29.

⁷³ Citado en YOUNG, *Filosofía de la música...*, p. 48.

público sólo participa con el aplauso final, con convenciones y protocolos de conducta, veneración a la obra y al compositor-genio⁷⁴. En suma, a partir de 1800 la música dejará de poseer el componente funcional que arrastra del siglo anterior para adoptar un valor estético.

La depauperación de la música como mera función se acentuará desde comienzos del siglo XX, encontrando en la música grabada el blanco de las críticas. Ahora bien, como afirma Carl Dahlhaus: «La decadencia no se manifiesta en el rechazo a la música utilitaria, que se produce como fenómeno masivo, sino en la convicción imperante de que la funcionalidad y el carácter artístico no son compatibles e incluso se opone, convicción que partió de quienes ejercían el poder para ser compartida por quienes estaban sometidos al poder»⁷⁵. Dahlhaus sostiene que tanto la llamada música artística como la música funcional, «ambas son formas de acceso a la obra de arte», una vez agotadas las funciones utilitarias que Heinrich Bessler denominaría «música circulante»⁷⁶. Lo más importante es observar cómo fueron las clases dominantes quienes impusieron la diferencia y la superioridad, una jerarquía protocolaria que acabaría siendo asumida y compartida por los sometidos.

Cercana a esta idea de ruptura en torno al año 1800 en cuanto a las funciones utilitarias y la estética de la música, Lydia Goehr analiza el concepto de obra y de genio, tal cual los entendemos hoy, afirmando que provienen de esa misma época. Sin embargo, James O. Young se opone a esta hipótesis argumentando que la experiencia estética antes del siglo XIX «fue a menudo, y en muchos contextos, un objeto de atención estética intensa y exclusiva», y que «después de 1800, la música fue interpretada en muchos contextos donde fue solo uno entre varios objetos de atención y a menudo no el más importante»⁷⁷. O sea que, en muchas ocasiones, tanto en la época del iluminismo como en el siglo XIX, la escucha fue pretexto perfecto para una serie de conductas de socialización ajenas a la experiencia estética. Es bien sabido que la ópera del XIX sirvió de escenario para encuentros con pretensiones eminentemente socializadoras para las élites acomodadas. Young demuestra que algunos modelos anteriores al «gran corte» al que se refiere Goehr sobre la escucha estética son de tiempos de Carlos II de Inglaterra (1630-1685) e incluso anteriores: conciertos en la Musik-House de Stepney; conciertos públicos organizados por el compositor John Banister en 1672; los conciertos en los York Buildings a partir de 1680; o la sala musical en 1683 de Mr Sadler que daría origen al Sadler's Wells. Estos son solo

⁷⁴ Sobre el concepto de genio véase GOEHR, LYDIA: *The imaginary museum of musical works. An essay in the philosophy of music* (Oxford University Press, 2007, [1992]) y YOUNG, JAMES O: *Filosofía de la música. Respuestas a Peter Kivy*. Daniel Sáez (ed.), (Logroño, Calanda Ediciones Musicales, 2017).

⁷⁵ DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997]), p.89.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 88.

⁷⁷ YOUNG, *Filosofía de la música...*, p. 68.

algunos casos ofrecidos por Young, pero a buen seguro podríamos encontrar otros muchos ejemplos en el continente. Lo único que cambiará para Young al cruzar del siglo XVIII al XIX son los rituales y las formas de conducta. Los ejemplos mostrados se saben que eran actos informales en los que los músicos se sucedían en el escenario de cualquier modo, no había una organización o estructura previa de concierto, no estaba prohibido fumar o beber, ni tampoco se prohibía someter a los intérpretes a peticiones por parte del público.

El hecho de que tanto Peter Kivy como Lydia Goehr teoricen sobre una ruptura estética a comienzos del siglo XIX tiene una muy buena razón de ser. Una de las primeras obras ampliamente reconocida y tildada en sus tiempos de compleja, aunque también de falta de unidad, fue la Sinfonía N.º. 3 en Mi bemol, Op. 55 (*Heroica*) de Beethoven, estrenada el 7 de abril de 1805 en el Theater an der Wien (aunque con cuatro ensayos previos en los palacios del príncipe Lobkowitz para un reducido grupo de amigos)⁷⁸.

En un informe dirigido al editor Gottfried Härtel por Georh August von Griesinger, un viejo amigo de Haydn que había acudido a alguno de los ensayos previos al concierto afirmó:

La sinfonía ha sido escuchada en conciertos privados en las residencias del príncipe Lobkowitz y en la de un melómano llamado Wirth, con extraordinaria acogida. Se trata de la obra de un genio, dicen tanto los admiradores como los detractores de Beethoven. Algunos dicen que hay más en ella que en Haydn y Mozart⁷⁹.

Según James Hamilton-Paterson la primera crítica propiamente dicha fue la recogida por el *Allgemeine musikalische Zeitung* el 13 de febrero de ese año, quien por lo visto también acudió a alguno de aquellos ensayos privados antes del estreno oficial. El crítico comienza elogiando la *Primera Sinfonía* de Beethoven: «gloriosa obra de arte», «extraordinaria riqueza de hermosas ideas tratadas en el más espléndido y elegante estilo, con coherencia y claridad». Pero pronto abandona ese tono benévolo:

una fantasía atrevida y salvaje de una longitud desmesurada y extremadamente difícil de tocar. No faltan pasajes impactantes y bellos en los que el poder y el talento del compositor son evidentes; pero a menudo la obra parece perderse en la más absoluta confusión. Comienza con un poderoso Allegro en Mi bemol, seguido de una Marcha Fúnebre en Do menor, tratada de forma fugaz hacia el final.... Este escritor pertenece a los más ardientes admiradores de Beethoven, pero en la

⁷⁸ Para un estudio de la *Eroica* véase NOVEMBER, NANCY: *The Cambridge Companion to the Eroica Symphony* (Cambridge University Press, 2020); para el caso que nos ocupa véase sobre todo la tercera parte dedicada a la recepción de la *Heroica*. Véase además HAMILTON-PATERSON, JAMES: *Beethoven's Eroica. The first grate romantic symphony* (New York, Basic Books, 2017).

⁷⁹ SWAFFORD, JAN: *Beethoven. Tormento y triunfo* (Barcelona, Acantilado, 2014), p. 609.

presente obra encuentra muchas cosas extrañas y duras que aumentan enormemente la dificultad de entender la música y oscurecen casi por completo su unidad⁸⁰.

«Estridente y complicada [...] que a veces bordea lo ridículo, los vicios y las virtudes de este compositor [...]», escribían por su parte desde el *Berlinische Musikalische Zeitung* en mayo de 1805⁸¹. Otras críticas posteriores al estreno siguieron siendo escépticas, o neutras en los mejores casos.

Pero en pocos años la percepción que se tuvo de la *Heroica* comenzó a cambiar. En 1807, haciéndose eco de una interpretación en Mannheim, también el *Allgemeine Musikalische Zeitung*, que antes había calificado la *Heroica* de irregular, extraña y estridente, decía ahora:

El primer movimiento es impresionante, poderoso y sublime [...] La marcha fúnebre es original, y tiene el carácter de una noble melancolía. Por muy larga que sea, en relación con los otros movimientos, gozamos al demorarnos en la emoción que provoca [...] El *scherzo menuetto* es una pieza llena de animado e incesante movimiento, frente al cual los tonos sostenidos de tres trompas en el trío contrastan excepcionalmente bien [...] El *finale* es muy estimable [...] no obstante, no puede sustraerse a la acusación de ser una extravagancia⁸².

Sólo un mes después, la misma revista llamaba al segundo movimiento «un triunfo» que no podía «ser concebido, alumbrado y elevado a tal perfección más que por alguien poseedor de auténtico genio». Y en abril de 1807, la misma revista sólo despendía halagos a la *Heroica*: «Después de estudiarla, y después de haberla escuchado repetidamente en ensayos e interpretaciones públicas», la calificaban de «férrea unidad [...], claridad y pureza dentro de las más intrincadas complicaciones», con un «irresistible encanto en toda su larga duración».⁸³

Beethoven será uno de los primeros compositores cuyas obras se interpretarían en reiteradas ocasiones, y sus obras de piano estudiadas por aficionados y profesionales estando Beethoven en vida. La *Heroica* fue una de ellas. En tan sólo dos años el giro fue radical en la crítica y esto tuvo mucho que ver con la adopción del nuevo paradigma de escucha que surgía a comienzos

⁸⁰ HAMILTON-PATERSON, *Beethoven's Eroica...*, pp. 91-92. [*A daring, wild fantasy of inordinate length and extremely difficult to play. There is no lack of striking and beautiful passages in which the composer's power and talent are obvious; but often the work seems to lose itself in utter confusion. It begins with a powerfully scored Allegro in E flat, followed by a Funeral March in C minor, treated fugally towards the end.... This writer belongs to Beethoven's warmest admirers, but in the present work he finds very much that is odd and harsh that enormously increases the difficulty of understanding the music and almost completely obscuring its unity*].

⁸¹ SWAFFORD, JAN: *Beethoven...*, p. 609.

⁸² *Ibid.*, pp. 613-614.

⁸³ *Ibid.*, p. 614. No podemos olvidar las presiones en forma de carta que su hermano Carl enviaba a los periódicos cada vez que obtenían críticas negativas de sus obras.

del siglo XIX. La *Heroica*, probablemente sería una de las obras más difíciles con las que se había enfrentado el público y la crítica vienés hasta la fecha, y como dice Jan Swafford, sería «una pieza, por primera vez en la historia, [que] exigía ser escuchada en múltiples interpretaciones, y quizá ser estudiada sobre el papel para poder ser adecuadamente entendida»⁸⁴.

La Quinta y la Sexta de Beethoven estrenadas el 22 de diciembre de 1808 con otras de sus obras (concierto para piano N° 4, Fantasía para piano, orquesta y coro en Do menor, Op. 80, el Aria “Oh pérfido”, algunos movimientos de la Misa Op. 86, etc.), bajo la dirección del propio compositor, en un concierto que duró cuatro horas en el gélido invierno del Theater an der Wien, tuvo la primera crítica en el *Allgemeine Musikalische Zeitung*: «Es prácticamente imposible pronunciarse sobre todas esas obras tras una sola escucha, en especial porque se trata de obras de Beethoven, muchas de las cuales fueron interpretadas una tras otra, y la mayoría son enormes y muy largas [...]»⁸⁵. Parece que, además de una escucha repetida de una misma obra con el objeto de entenderla mejor, la postura adoptada en la escucha exigía un esfuerzo al que la sociedad europea de comienzos del siglo XIX no estaba preparada.

Algo similar comentaba en 1830 François-Joseph Fétis en su ya citado *La musique mise à la portée de tout le monde*, en donde afirma que el contrapunto y más en concreto la fuga usado por Bach, Haendel y Cherubini, se trata de «bellezas [...] que no pueden gustar sino después de estar acostumbrados á ellas, porque la complicación de sus elementos pide un oído atento y ejercitado»⁸⁶.

Con estas citas queremos hacer hincapié en que la escucha repetitiva permitió entender *La Heroica*, *La Quinta* y *La Sexta*, y sobre todo los últimos cuartetos de Beethoven. Entender estas obras en un sentido pre-formalista que a priori resultaba difícil, y que a diferencia de las obras del periodo clásico requerían un mayor compromiso por parte del oyente. Un compromiso no tanto para entender la estructura y la forma —como luego pretendería Hanslick—, sino como un primer paso para comprender a Beethoven y su música, al genio y su obra. Se trataba de un cambio de paradigma que fue desde las emociones propias de las teorías del arte de los siglos XVII y XVIII como objetos de la exposición musical, hasta la focalización en la figura del compositor y la obra en el concepto estético y filosófico de original y auténtico. La repetición de la escucha como medio para la asunción de obra dentro de unos cánones estético-compositivos, es algo que le pertenece en exclusiva al siglo XIX, y que más en concreto empieza con la música de Beethoven. Si en el siglo XVIII las obras estaban condenadas a recibir pronto el

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ *Ibid.*, p. 780.

⁸⁶ FÉTIS, *La música puesta al alcance de todos...*, p. 118.

beneplácito artístico, a las del siglo XIX se les concedió «la posibilidad de que su sentido fuera conocido poco a poco, a fuerza de ejecuciones repetidas»⁸⁷.

En este sentido, los modos de escucha y de apreciación a comienzos del XIX tienen que ver con las características compositivas y estilísticas de las obras como objetos que nacen de la figura del compositor considerado genio. Si el clasicismo, y el estilo galante sobre todo, tenían melodías periódicas, en arco, amables, claras y con un carácter placentero “natural” que podríamos llamar de escucha fácil, o fácil de entender (si es que a la música haya que entenderla), el romanticismo, cuyos antecedentes pueden rastrearse en el estilo *empfindsamkeit* del norte de Alemania desde mediados del siglo XVIII, adopta estructuras armónicas y formales que a juicio de la crítica de comienzos del siglo XIX resultaban faltas de claridad y unidad, a la par que complejas. La claridad del Clasicismo deja paso a formas más abiertas y libres en el Romanticismo, con armonías atrevidas y modulaciones a tonalidades lejanas cuyas obras fueron tildadas de “fantasías”, como algunas de las primeras sonatas para piano de Beethoven o incluso algunos de sus cuartetos o sinfonías. Sin embargo, las fantasías eran entendidas, todavía a comienzos del siglo XIX, según las restricciones de la rígida forma sonata dieciochesca. Rigidez quebrada por el propio Beethoven que preparó el camino a las fantasías para piano de Schubert, Chopin o Schumann, mucho más libres y largas, y que Brahms se encargaría de recuperar.

Un breve inciso es necesario antes de seguir. Fíjese que nos estamos refiriendo en exclusiva a la repetición de la escucha en la música clásica y sin embargo estamos convencidos de que la escucha repetitiva forma parte de la memoria y la cultura de todos los tiempos. Los monjes del siglo X debían aprender las melodías litúrgicas de memoria en un proceso que podía durar hasta diez años. La música tradicional es fruto del aprendizaje imitativo y la transmisión de generación en generación, no solamente en Occidente, cuyo interés por plasmar la música en notación es más bien tardío. O el romancero, otro ejemplo de repetición memorística. Sin embargo, en el caso de la música clásica es algo distinto. Aunque no se dejaran de reinterpretar determinadas obras desde el siglo XIX hasta el presente, la imprenta tendría una importante influencia en cuanto a práctica memorística ya desde el siglo XV.

⁸⁷ DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), pp. 120-121.

Imagen 7. *Die intimen bei Beethoven* de Albert Gräfle, ca. 1892.



Fuente: <https://www.onb.ac.at/en/museums/state-hall/current-exhibition/beethoven-world-of-the-man-and-spark-of-the-gods#lg=0&slide=6> [27/05/2020]

Como estamos viendo, la dicotomía se sitúa entre quienes defienden una escucha intelectual, formada y preparada y quienes defienden una escucha emocional y sensible. O entre una escucha de la música como arte y de la música como función. De lo dicho por Goehr, Kivy y Young se deduce que cuando hablan de una escucha estética lo hacen para referirse a un modo atento y contemplativo de audición, pero en ningún caso especifican si esta contemplación pudiera derivar en un tipo de escucha emocional o incluso racional. En todo caso, creo que resulta complicado intentar establecer una fecha concreta para el surgimiento de este paradigma llamado “experiencia estética”. Por ejemplo, Young disiente de la teoría del gran corte de Kivy y la tesis de Goehr demostrando que al menos deberíamos retrotraernos hasta el siglo XVII para hablar de la escucha estética.

Goehr y Kivy creen que hay un cambio paradigmático cerca de 1800, y Young defiende que buena parte de las prácticas ya existían desde al menos el siglo XVIII. De momento, lo único que de momento podemos afirmar con certeza es que desde finales del siglo XVIII se abre un espacio físico para la escucha de música clásica en las salas de conciertos y que esa escucha

necesitaba de repetidas audiciones con el objeto de entender las nuevas complejidades estéticas y formales que se estaban produciendo en el campo de la composición.

Es cierto que el concepto de obra (*opus*) al que se refieren Goher, Kivy y Young tuvo más que ver con los conceptos de unidad y estructura de la obra, con los elementos intrínsecos de la composición⁸⁸. Y si es cierto que surgió un nuevo paradigma de escucha desde comienzos del siglo XIX, no deberíamos atribuirlo exclusivamente a la música como forma, arte, estética o función. El problema con el que nos hemos encontrado ha sido el diferente uso y significado de los términos aplicados. Creo que si Goher, Kivy y Young hubiesen empleado el término de Rose Subotnik (1991) “escucha estructural”, el problema estaría resuelto. Subotnik considera que «las observaciones más atentas de las notas y su progresión» a las que se referían por ejemplo Wackenroder, y en términos parecidos Hanslick y Adorno, no es otra cosa que un tipo de escucha centrada en la estructura formal de las obras clásicas y la autonomía de las obras que conlleva a un planteamiento de objetividad alejado del subjetivismo romántico⁸⁹. Y confundir el uso de los términos escucha estética, contemplativa, mística, etc., con la escucha estructural es lo que nos ha traído hasta aquí. Además, ni siquiera todos ellos se ponen de acuerdo en explicar cuáles fueron los factores que podrían marcarnos un camino inductivo con el objeto de identificar los cambios en los modos de escucha en torno a 1800. «¿De dónde viene, en realidad, una cierta “escucha estructural”, una *gran escucha* que responde a una *gran música*, a cuya forma y detalles debe, en principio, corresponder a la perfección?», se pregunta Peter Szendy⁹⁰. El filósofo francés considera que el problema radica en identificar la obra como un objeto. Sin duda, observa, se debe partir de las obras, pero «éstas no son *datos objetivos* a partir de los cuales medir la adecuación de una escucha»⁹¹. Considera difícil definir una historia de la noción de obra y casi imposible elaborar una historia de la escucha. Es oportuno profundizar un poco más en este tema.

Estamos de acuerdo en que la nueva opulenta burguesía necesitaba proteger el concepto de obra, pero ¿por qué? Antes del siglo XIX eran muy habituales las prácticas de la copia, la apropiación y el arreglo (de hecho, continuaron durante todo el XIX y buena parte del XX). No estaba mal visto que un compositor tomara prestado material de otros compositores pues se trataba de una práctica que se hacía abiertamente, a cara descubierta. La nueva concepción

⁸⁸ Para profundizar en el concepto de obra, aunque desde una perspectiva fenomenológica, puede consultarse INGARDEN, ROMAN: *Onotogy of the work of art. The musical work. The Picture. The architectural work. The film* (Ohio University Press, 1989, [1983])

⁸⁹ Vid. CLARKE, DAVID: “Musical autonomy revisited” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 163

⁹⁰ SZENDY, *Escucha...*, p. 125. Las cursivas son de Szendy.

⁹¹ *Ibid.*, p. 128.

unitaria de la obra se opondría radicalmente a la práctica habitual del arreglo, la diseminación de obras para recitales y conciertos que tenían por costumbre programar una miscelánea de fragmentos de óperas, oberturas, movimientos de conciertos, etc. Es decir, el concepto de unidad estructural tiene más que ver con la propia programación de conciertos que con los elementos compositivos de las obras.

Es más, desde alrededor de 1835 comenzó a producirse un cambio de mentalidad. Surgió un nuevo objetivo consistente en convertir la obra (el *opus* en sentido de obra de arte, no de obra en el sentido de operar y obrar que se da antes de 1800) en objeto de museo. El respeto por la obra artística, su conservación y patrimonialización así como las ayudas a la creación y los concursos de composición «son otras tantas reivindicaciones cuya novedad y pertinencia en 1835 resulta interesante medir», dice Szendy⁹².

Pero la simiente para el cambio en la mentalidad en torno al concepto de obra comenzó a brotar a finales del siglo XVIII. En 1791 y 1793 se aprobaron en Francia las primeras leyes sobre el copyright y los derechos de autor⁹³. Esta necesidad regulatoria vino dada por una serie de quejas (algunas de ellas convertidas en pleitos) en torno a la protección de la propiedad intelectual, voces cuyos ecos procedían al menos desde 1757⁹⁴. La nueva mentalidad que acaba reforzando la idea de obra, surge en parte de la necesidad de proteger los derechos de autor y el freno a prácticas que eran consideradas habituales hasta la fecha, como la fragmentación, la copia, el robo o la apropiación de fragmentos de obras. Pero no seamos incautos. Esta nueva defensa de la autoría debería ser vista, al menos, desde dos perspectivas distintas: primero porque resultaba prioritario defender y mantener las obras bajo la autonomía del artista y el control de beneficios económicos de las obras, y en segundo lugar y, tal vez como consecuencia de la anterior, porque defender la propiedad intelectual se equiparaba con la lucha por la dignidad individual en el primer periodo revolucionario en Europa.

Aún podemos avanzar más. Las leyes aprobadas en Francia surgieron al amparo de los fuertes ideales de la Revolución Francesa. La finalidad de estas leyes era la de despojar a la aristocracia de aquellos derechos monárquicos que les venían dados por “la Gracia de Dios” y que eran adquiridos y heredados de padres a hijos desde la Edad Media como medio de legitimación

⁹² *Ibid.*, p. 62.

⁹³ En Inglaterra se aprobó el *Statute of Anne* en 1710 y en Francia los decretos de 1791 y 1793. La protección de los derechos intelectuales ya se daban en la literatura y más tarde se extendieron a las artes, siendo la música la primera beneficiada. Para una mejor explicación sobre las primeras leyes para la protección de los derechos de autor véase RAMOS TOLEDANO, JOAN: “Del privilegio a la propiedad. El origen de la propiedad intelectual” en *Propiedad digital. La cultura en internet como objeto de cambio* (Madrid, Editorial Trotta, 2018), pp. 21-45.

⁹⁴ Vid. SZENDY, PETER: “Derechos de autor, derechos de oyente” en *Escucha: una historia del oído melómano* (Barcelona, Paidós, 2003, [2001]), pp. 29-52.

del poder. Acabar con el control absoluto de la monarquía no sólo pasaba por eliminar los derechos sobre los bienes materiales, sino que necesariamente debía pasar por eliminar los derechos intelectuales. Si no hubiese sido posible liberar la autoría y el intelecto del poder regio, la revolución nunca se hubiese completado enteramente. Estos derechos de autor terminaron cimentando las ideas sobre la unidad de la obra, ya que era el compositor, ahora un ser individualizado al servicio de la humanidad y no de un Dios, era quien debía dar permiso para usar sus obras íntegra o parcialmente. Muchos compositores estaban hartos de las prácticas de cortapega que se diseminaban sus obras, por lo que la gran mayoría preferían que fuesen interpretadas manteniendo la integridad de la obra.

Entonces, los beneficios económicos de las obras y los derechos de propiedad intelectual salieron a la palestra en el mismo momento que la autonomía del individuo solidificaba sus bases dadas las necesidades que las revoluciones sociales demandaban. Dejar de ser un artesano sirviente para ser un músico independiente, forjó la autonomía del artista y su obra. Primero había que hacer entender que la obra era un todo indisoluble para luego reclamar la propiedad autoral.

A todos estos elementos que podríamos considerar periféricos al hecho artístico, debemos añadir que la Revolución Industrial ofreció mecanismos mucho más rápidos y eficaces para la impresión, la copia y la distribución de las obras. Es aquí, en todo este amplio contexto al que debemos sumar los estupendos trabajos de Goher, Kivy y Young, en donde surge el concepto de obra en el sentido de unidad y estructura del que debemos derivar se produjeron nuevas conductas ante la escucha de música: un nuevo modelo auditivo que ha llegado hasta nuestros días.

En palabras de Szendy:

Con la noción de obra se ha infiltrado todo un sinfín de criterios en nuestros oídos, diluidos ya como si resultaran obvios: al escuchar una obra, y por tanto también a su autor, mi oído ya está en mayor o menor medida regulado por una idea de estructura, intenta captar un todo que se articula en partes. A partir de ello, para circunscribir este régimen de escucha moderna que Adorno calificó de “estructural” [...], para dar a entender la construcción de los valores sobre cuyo fondo se eleva dicho régimen, es preciso dejar hablar a nuestros antepasados desde otros espacios discursivos que no sean los de la crítica⁹⁵.

⁹⁵ SZENDY, *Escucha...*, p. 32.

Un buen ejemplo que refleja el cambio en los modos de escucha en el siglo XIX, lo expone de nuevo Peter Szendy. Un tal conde llamado Thadée Tyszkiewicz —que por lo visto también fue crítico en el *Leipziger musikalische Zeitung*—, demandó ante los tribunales por daños y perjuicios a la Ópera de París porque la ópera en tres actos de Carl Maria von Weber, *Der Freischütz*, había sido sometida a lo que él consideraba una vejación por parte de una interpretación de la Ópera en diciembre de 1853. Merece la pena reproducir el texto íntegro:

Al llegar a París el pasado jueves, salté de gozo al comprobar que se anunciaba para el día siguiente una representación del Freyschutz (sic) en la Academia Imperial de música [...] Fui uno de los primeros en entrar en la sala, y pasé revista mentalmente a todas las representaciones de esta ópera a las que había asistido, saboreando hasta las imperfecciones que había debido sufrir, con la convicción de que lo que iba a oír me compensaría ampliamente [...] A los sentimientos que experimentaba al penetrar en la sala le sucedió en primer lugar una especie de embrutecimiento. Me creí bajo el imperio de una pesadilla, el juguete de una mistificación. [...] acababa de oír un enredo vocal instrumental sin precedentes en los anales musicales de los países que había atravesado hasta la fecha. [...] hasta ese momento, la partitura de Weber al menos se había interpretado íntegramente. El telón se levantó por tercera vez, y en lugar del tercer acto, se ejecutaron jirones del tercer acto, jirones cocido sin la menor inteligencia escénica, sin el menor sentimiento musical, un popurrí ridículo. La oración de Agatha, suprimida; la romanza de Annette, suprimida; la ronda de los campesinos, suprimida; el canto del ermitaño, el de Ottokar, la narración tan desgarradora, tan veraz de Max, el coro ¡siempre fue un malvado!, suprimidos; ¡todo, todo esto suprimido! Mi indignación era mayúscula. Me preguntaba dónde había ido a buscar el director de orquesta el sentimiento incalificable que necesita un artista para contribuir a la consumación de un sacrilegio semejante. Me preguntaba donde el señor Roqueplan [Nestor Roqueplan, director de la Ópera], un negociante de producciones escénicas, había ido a buscar el derecho a falsificar públicamente su mercancía, a venderla por pesos falsos, ¡a insultarme a mí, al público! [...] P.S.: he presentado una denuncia por daños y perjuicios contra la Academia Imperial de música. Las 1000 voces de la prensa harán resonar por todo el mundo los hechos que se revelarán durante el proceso⁹⁶.

Por lo tanto, el concepto de obra entendida en el sentido romántico transformó, si no a priori los modos de escucha, sí al menos su carácter ontológico, así tanto como la actitud que la burguesía adoptó hacia la figura del compositor-genio y sus propios hábitos de socialización.

⁹⁶ *Ibid.*, pp. 43-44.

En definitiva, tal vez no tenga demasiado sentido intentar encontrar en este viaje al pasado el momento preciso en el que el público comenzó a escuchar atentamente en un sentido estético, pero sí al menos lo tiene en un sentido histórico. Si por escucha estética, como hemos dicho, debemos referirnos a una actitud atenta, silente y contemplativa, podríamos ir más atrás en el tiempo y especular con San Agustín, quien ya experimentaba este tipo de escucha en las ceremonias litúrgicas de finales del siglo IV. En sus *Confesiones* escritas entre el año 397 y el 398, Agustín de Hipona decía sentirse así al escuchar música en la liturgia:

En ocasiones, preocupado en demasía por el peligro del engaño, peco de severidad extrema y quiero entonces desterrar las armonías y dulces cánticos con que cantamos solamente los salmos de David de mi oído e incluso de la Iglesia. [...] De este modo vacilo entre el peligro de los placeres sensuales y la vivencia de su efecto reconfortante pero tiendo, sin querer evidentemente emitir un juicio inapelable, a aprobar la costumbre de cantar en la iglesia para que también un alma débil sea elevada a través del placer de sus oídos hacia un sentimiento de devoción. No obstante debo confesar, que peco terriblemente cuando el canto me conmueve más que la palabra cantada y prefiero entonces no escuchar al cantante⁹⁷.

San Agustín abre su alma para confesar que es la música, más que los propios textos litúrgicos, la que le transporta a un estado de “placer sensual” con un “efecto reconfortante” y un “placer de los oídos” que le conmueve. ¿Qué modo de escucha es este? Se trata de una escucha estética, o al menos atenta y contemplativa, en la que el simple hecho de disfrutar de la música le lleva a considerar que comete pecado al olvidar la palabra (de Dios). Prefiere no escuchar al cantante porque la música le atrae. ¿Quién puede negar que San Agustín siguiera disfrutando más de la música que del texto litúrgico después de escribir sus *Confesiones*? La obligación lógica de San Agustín era la de redimirse, pero tampoco tenía ninguna necesidad de hablar de ello en una época de transición que adoptaba la filosofía de la Antigüedad a la teología medieval. Los textos litúrgicos son parte de un ritual eclesiástico, un ritual repetitivo y quién sabe si hasta aburrido para San Agustín, pero en un entorno místico de obligado respeto al silencio, como exigieron los Padres de la Iglesia, un silencio espiritual solo interrumpido por la palabra de Dios y por la música.

Por tanto, podemos pensar que esta distracción, este desviarse hacia el placer estético de la escucha de música en San Agustín haya existido siempre y que no dependa de contextos, espacios o culturas, sino que sea algo sustancial e intrínseco al ser humano, al ser humano artístico.

⁹⁷ SAN AGUSTÍN, *Confesiones*. X 33, 50 (CCL 37, 181-182)

Es la capacidad de emoción sensible y expresiva propia del hombre. Y se me puede reprochar que este tipo de escucha de San Agustín corresponda más al modelo emotivo de escucha que al intelectual, pero no cabe duda que el entorno era el ideal para prestar atención a las voces dado que las religiones casi siempre han impuesto modelos atentos de comportamiento en la liturgia. Si habla Dios a través de la Iglesia, el hombre debe callar. Y cuando el hombre calla se predispone a la escucha.

Por otro lado, podríamos pensar que la estética entendida en su sentido ontológico de las Bellas Artes del siglo XVIII, condicionaría la terminología referida a la escucha en el siglo XIX. Quiero decir, que al ser en el siglo XVIII cuando comienza a hablarse de Bellas Artes y de Estética, es normal que la nomenclatura decimonónica adoptara los ideales kantianos así como los conceptos de obra y genio musical asociados al arte. Al menos esto fue así hasta Schopenhauer, heredero directo de Kant, y éste a su vez de algunas de las tesis de Longino. También fue en el siglo XVIII cuando la composición musical comienza a ser entendida en los mismos términos en los que se venía entendiendo la poesía desde el siglo IV a.C., una época en la que vivió Platón, autor del que parten los postulados de Longino sobre la figura del genio.

Como bien indica Peter Kivy, «durante la hegemonía de Handel en el Reino Unido tuvieron lugar dos acontecimientos filosóficos de cierta importancia en la historia de las ideas que influyeron de un modo directo en su futura elevación al estatus de genio musical». Los dos acontecimientos son, por un lado, la formulación del «sistema moderno de las artes» y, por otro, «la concomitante emergencia de la rama de la filosofía que en la actualidad se suele llamar Estética o Filosofía del Arte»⁹⁸. Por lo visto, antes del primer cuarto del siglo XVIII, la noción de lo que hoy conocemos como Bellas Artes, sobre todo para la literatura, las artes visuales y la música, no existía en absoluto, no se concebían las artes como partes de una misma categoría estético-artística. Con este giro filosófico, las composiciones y los compositores comenzaron a ser tratados en el mismo sentido que se venía haciendo desde Platón con la poesía. Se inició así la discusión sobre si el genio era alguien poseído y dotado gracias a la iluminación divina (Platón), o si, por el contrario, el genio se posee y se conquista (ideas estas que provienen de las tesis de Longino y que pasarán a Kant y más tarde a Schopenhauer).

Uno de los primeros estudios serios sobre la escucha la escribió Heinrich Bessler en 1959. En *Das Musikalische Hören der neuzeit*, Bessler (1900-1969) considera que Hugo Riemann (1849-1919) fue el primero en ver el problema planteado en el siglo XIX a la hora de analizar la escucha. La disertación del turingio “Über das musikalische Hören” publicada en 1873 es

⁹⁸ KIVY, *El poseedor y el poseído...*, p. 92-93.

uno de los primeros textos en los que se afronta este dilema. El interés de Riemann surge, como indica Bessler, por la firme oposición al positivismo expresado en la voz del científico naturalista Hermann Helmholtz (1821-1894), especialmente a su libro *Die Lehre von den Tonempfindungen als physiologische Grundlage für die Theorie der Musik* de 1863, en el que Helmholtz coloca el oído fisiológico en el centro de la atención y como eje central para el análisis de la escucha. Un enfoque que a Riemann le resultaba demasiado parcial, subjetivo y limitado, «*einseitig und zu eng*»), dice Bessler⁹⁹. Así, la investigación psicológica de la música se convirtió para Riemann en objeto de estudio, aunque lo abandonó por unos años para retomar sus notas en 1915/16.

En una línea similar a la iniciada por Riemann, Carl Stumpf (1848-1936) también se centró en la psicología de la audición. Aunque desde una perspectiva aparentemente más filosófica en sus inicios, Stumpf quedaría enfrascado en la perspectiva positivista tan de moda a comienzos del siglo XX, para pasar a estudiar finalmente las alturas de los tonos y sus relaciones. Si a Riemann, el positivismo de Helmholtz no le parecía el mejor método para el estudio porque dejaba de lado el aspecto subjetivo y psicológico, el método propuesto por Stumpf le parecía exasperante. Para Riemann no es la música la que realmente suena, sino más bien la nueva concepción de las relaciones tonales que surgen en la imaginación del oyente, que es el alfa y omega del arte tonal¹⁰⁰. La partitura y la interpretación son los únicos medios a disposición del compositor para trasladar sus experiencias musicales a los oyentes. Riemann diferencia entre la experiencia musical, la obra escrita, su sonido y su ser escuchado, por lo que el énfasis está en la presentación del sonido. En suma, una de las primeras muestras de la fenomenología de la música, que, a juicio de Bessler, incluso resulta un planteamiento anterior al de Edmund Husserl (1859-1938).

Por su parte, el propio Bessler establece varios paradigmas de escucha de la historia occidental. Considera los siglos XVI, XVII-XVIII y el XIX rupturas en los modelos apreciativos de la música¹⁰¹. Como primera fase, se establece en el siglo XVI un cisma entre una forma de escucha de la percepción y del entendimiento del texto, y la escucha como la entendemos hoy, centrada en la música y en sus relaciones tonales. Fueron la Reforma y la Contrarreforma las

⁹⁹ BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit* (Berlin, Akademie-Verlag, 1959), p. 6.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 9.

¹⁰¹ Hay quien considera que el desarrollo de la polifonía y las texturas contrapuntísticas de finales de la Edad Media puedan llevarnos a pensar que la complejidad de la escritura fue un elemento que alentaría inevitablemente al público a tener que realizar un sobreesfuerzo en la atención, pero, sin embargo, no podemos dar por sentado que la polifonía simple o la monodía no fuesen escuchadas con ese mismo compromiso, quietud, conducta silente y estética que se exigió para la polifonía y la música posterior; véase FUHRMAN, WOLFGANG: "The intimate art of listening. Music in the private sphere during the nineteenth century" en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 278.

que con el desarrollo de la polifonía coral exigieron una nueva forma de atender. «Escuchar supone que uno sigue el texto sección por sección y comprende los motivos de las palabras. [...] La palabra “escuchar” es demasiado neutral aquí», arguye Bessler¹⁰². Escuchar no solo es la «apropiación sensorial, sino sobre todo espiritual»¹⁰³. Acude a la etimología alemana para explicar que la escucha como la entendía en su época proviene de «tomar posesión», en el sentido emitido por Martín Lutero, que significa «entender, experimentar, oír, captar» (*erfassen, erfahren, hören, ergreifen*), todas ellas acciones relacionadas con la «razón»¹⁰⁴. Una concepción espiritual vinculada a las reformas cristianas del siglo XVI. Bessler acude a la Reforma para diferenciar entre *foris audire* e *intus audire*, es decir, entre la mera recepción del oído y la captación del espíritu o la escucha de la palabra de Dios captada mediante la fe¹⁰⁵.

El segundo paradigma de la escucha arranca para Bessler en los primeros teatros públicos italianos del siglo XVII (Venecia, 1637 fue el primero) que provocaron a una escucha no participativa del público (audiencia en sentido moderno, lo llama Bessler). Unas representaciones en las que el público solo participara escuchando (*bei der man nur noch zuzuhören braucht*). Una música que adquiere significado solo cuando la escucha establece las relaciones, la coherencia de los pequeños elementos que forman una unidad (*So besteht die Musik aus Tauter kleinen Gliedern, die trotzdem eine Einheit bilden*), y que a su vez dan lugar a la estructura (*Man ist an ihrem Aufbau interessiert*)¹⁰⁶. Un juego entre la memoria y la imaginación, la mente y el sentimiento¹⁰⁷. Bessler continúa así la misma línea discursiva que Riemann. Para Bessler, el oyente del siglo XVII *debe* (*er muß*) percibir las repeticiones de motivo y las variaciones, pero también las secciones: «Compara los elementos entre sí, observa el cambio y lo recurrente, traza la interconexión de los miembros de una etapa a otra, y así completa la construcción. Así el ser humano se convierte en el verdadero portador de la obra»¹⁰⁸. Lo que Bessler parece no darse cuenta es de que ese juego que se establece en la escucha de música entre la memoria y la *psique* no es otra cosa que el juego entre la memoria histórica y la *psique* social y cultural.

En el siglo XVIII se acentúa la escucha atenta al expresarse las relaciones tonales y la planificación estructural. La escucha ya no es meramente aditiva, sino sintética y unificadora,

¹⁰² BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit...*, p. 21.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 22.

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 35.

¹⁰⁷ Bessler cita en varias ocasiones esta dualidad de Descartes y su *Compendium Musicae* de 1618, época cercana al cambio de paradigma con la nueva ópera italiana.

¹⁰⁸ *Ibid.* pp. 40-41: [*Er vergleicht die Elemente untereinander, beobachtet Wechsel und Wiederkehr, verfolgt den Zusammenschluß der Glieder von Stufe zu Stufe und vollzieht so den Aufbau. Damit wird der Mensch zum eigentlichen Träger des Werkes*]

opina Bessler¹⁰⁹. El desarrollo de las formas instrumentales del siglo XVIII alemán, junto a la herencia de la estructura del aria da capo desde 1700, dejan atrás definitivamente las formas vocales italianas del siglo XVII, creando una nueva forma de escucha en la que el tema y las relaciones motivicas serán lo más importante para el oyente. Un tipo de escucha que Bessler llama activa-sintética (*actyv-synthetische*), enfatizada por la conciencia individual del compositor, que derivará en la subjetividad del oyente, ambas ideas de raíces kantianas, así como del comienzo en la transformación de la figura del compositor en genio que Bessler establece en torno a 1750¹¹⁰.

Por último, el siglo XIX se caracteriza para Bessler por una doble escucha: la escucha sintética que proviene de la tradición del siglo XVIII y una escucha que llama pasiva (*eine vollig passive Hinnahme des Gehorten*), en el sentido de dejarse llevar, en el sentido de un oyente que quiere que la música le satisfaga¹¹¹. Ambas sobrevivieron al menos hasta mediados del siglo XIX. La escucha pasiva se desvía de la síntesis de la música del siglo XVIII. Se trata de una escucha inmersa en la actitud místico-religiosa devocional de la obra. La búsqueda concreta de un estado de ánimo, de lo misterioso que hay en la naturaleza, del símbolo. La escucha prioritaria de la música que representa las emociones humanas de manera sobrenatural. Una escucha de la absorción, de la inmersión (*Versunkenheit*) en lo religioso: «Uno escucha la música para permitirse ser vigorizado y "sintonizado" por ella», dice Bessler¹¹².

Así, Bessler presenta una historia de la escucha que abarca diferentes paradigmas estilísticos, amparados en los cambios en los modelos compositivos de los siglos XVI, XVII-XVIII y XIX, que tienen consecuencias de los modos de escucha. Lo que Bessler propone es un análisis histórico sobre la escucha basado en la psicología y la memoria, pero en realidad lo que hace es continuar con la propuesta teórica sobre la escucha estructural. Al fin y al cabo, exceptuando el guiño que hace a la emancipación del individuo moderno del siglo XVI con consecuencias para la percepción, tanto la teoría de Riemann como la de Bessler, no hacen otra cosa que legitimar un planteamiento epistemológico sobre un tipo de análisis de la escucha basada en la estructura desarrollado a lo largo de todo el siglo XIX y que continua durante casi todo siglo XX, un análisis basado en la apreciación de los elementos menores y mayores de la composición. En definitiva, un planteamiento de la escucha que toma la obra en el mismo sentido de opus que adoptaría Adorno, una idea analítica que no puede ser tomada como referente porque,

¹⁰⁹ [...] «so daß hier nicht mehr bloß additiv, sondern synthetisch-vereinheitlichend gehört wird», *Ibid.*, p. 46

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 58.

¹¹¹ *Ibid.*, p. 61.

¹¹² *Ibid.*, p. 68: «Man hört die Musik, um sic von ihr erfüllen und "einstimmen" su lassen».

como bien dice Szendy «no podemos decir que la obra es el polo objetivo de la escucha puesto que la historia de la noción de obra *condiciona* la historia de la escucha y *viceversa*»¹¹³.

Veamos ahora la manera en que la escucha atenta, o mejor, la adopción de una determinada actitud de escucha silente fue determinante a la hora de establecer parámetros diferenciales entre clases que intentaban legitimar su postura burguesa y que falseaban al mismo tiempo las conductas adoptadas en la escucha de música popular eminentemente urbana, aunque esta adopción fuese paradójicamente también burguesa en sus inicios.

3.1.1.2. La escucha atenta como legitimación del poder

Tal vez en lugar de hablar de una escucha atenta deberíamos hablar de una escucha supuestamente atenta ya que el hecho de que el público esté en silencio, respete las pautas, la moda de aplaudir al final, la vestimenta, etc., no implica necesariamente un compromiso serio en la audición. Tan solo muestra una actitud. Es más, la música anterior a 1800 no solo estaba asociada a contextos de socialización y ceremonias religiosas, sino que se buscaba el placer de escuchar la música junto a otros placeres menos estéticos, más terrenales, como beber vino, degustar refrescos o alimentos, tomar café, helados o fumar cigarrillos puros¹¹⁴.

A pesar del ímpetu por imponer la escucha atenta, durante prácticamente todo el siglo XIX continuaron las quejas ante la falta de atención del auditorio. Los libros de etiqueta publicados daban consejos a la renovada gente de acomodo sobre cómo debía actuar en fiestas particulares y otros eventos sociales en los que la atención a la música formaba parte de su educación. Sin embargo, los persistentes reproches hacia un tipo de conductas poco cívicas hasta finales del siglo XIX nos llevan a pensar que tales etiquetas no se cumplieron estrictamente. La solución a esta disyuntiva sobre el objetivo carácter de la escucha atenta y el supuesto de que se llevara a la práctica, tiene una fácil solución: el axioma teórico y especulativo de que la música siempre se haya podido escuchar desde dos perspectivas contrapuestas, la escucha activa y la pasiva.

Sin embargo, lo que hoy entendemos y practicamos como escucha atenta no es más que un constructo social y político que arrastra una fuerte carga ideológica. La escucha, estética, contemplativa o el arte de escuchar, como se le llamó en el siglo XIX a la conducta silente, tuvo un componente distintivo ya desde finales del siglo XVIII. Escuchar atentamente, la contemplación como actitud formaba parte de un acto de poder, de un acto político. Pensemos que para la simple tarea de llevar a la práctica el acto de contemplar es necesario disponer de tiempo,

¹¹³ SZENDY, *Escucha...*, p. 128.

¹¹⁴ YOUNG, *Filosofía de la música...*, p. 72.

pues la escucha activa detiene, *sensu estricto*, cualquier otra actividad. Estar ocupando una butaca en la que permanecer inmóvil durante un tiempo de más de una hora (tres o cuatro en algunos casos en el siglo XIX) estaba sólo al alcance de una minoría. Por ello, la escucha contemplativa o estética perteneció desde un primer momento a las clases dominantes que disponían del tiempo suficiente como un ejercicio de poder, un acto político:

La escucha contemplativa no está filosóficamente alejada del mundo, como querría la teoría estética posterior, sino que es el signo del propio control y dominio del mundo. La música, como fenómeno que actúa a través del tiempo, cuando se escucha contemplativamente detiene todas las demás actividades. Como tal, es un ejercicio de poder, un acto político.¹¹⁵

Estos ejercicios de poder estuvieron en manos de una creciente burguesía adinerada que, deseosa de emular algunos de los modales aristocráticos del antiguo régimen, se inculcó una autodisciplina que, al ser redirigida hacia los estratos inferiores, pretendía mantener un cierto “orden”, una estructura y limitaciones. Mantener cierta identidad burguesa dependía en buena medida de la confirmación de otros miembros de la burguesía. La identidad de clase implicaba límites, barreras que marcaban con nitidez el terreno social. Surgieron así a comienzos del siglo XIX un conjunto distintivo de comportamientos que ayudaban a definir y vigilar esas fronteras sociales¹¹⁶. Alimentar estas conductas es, en el sentido de Foucault, mantener el orden social a través de la permanencia de determinados códigos. Una nueva y distintiva forma de poder, una manera de normalizar y regular el poder disciplinario. Fuerzas de poder que en cierto modo justificaban la preocupación de la nueva burguesía y la vieja aristocracia ante los sucesos revolucionarios finales del siglo XVIII y todo el siglo XIX, pero sobre todo los de 1848.

El ritual de la cortesía burguesa de comienzos del siglo XIX era diferente al comportamiento un tanto teatral de la aristocracia de mediados del XVIII. La cortesía burguesa se ajustaba a un ideal abstracto de decencia, educación y normas tácitas de conducta que potenciaron el individualismo burgués. Puede que las conductas ejemplares de la burguesía fuesen esenciales para el ascenso social, pero fue sumamente importante para un cambio de paradigma en la escucha. Al marcar una serie de respuestas inaceptables y definir cuándo podían expresarse las conductas aceptables, la cortesía burguesa obligó a adoptar una escucha interna y silente, esculpiendo una

¹¹⁵ LEPPERT, RICHARD: *The sight of sound. Music, representation, and the history of the body* (Estados Unidos, University California Press, 1995), p. 26; [*Contemplative listening is not philosophically removed from the world, as later aesthetic theory would have it; it is instead the sign of one's control and domination of the world. Music, as a phenomenon that acts through time, when heard contemplatively stops all other activities. As such, it is an exercise of power, a political act*].

¹¹⁶ JOHNSON, JAMES H.: *Listening in Paris...*, pp. 228-236.

esfera privada de sentimientos que en las generaciones anteriores había sido pública. Tal vez las emociones, ahora reprimidas e interiorizadas como aplicación de los buenos modales, no fueran más intensas que las que había sentido el público sollozante de la década de 1770 o el público exultante de la Revolución de 1879, pero sí eran más personales y, al menos en apariencia, subjetivas¹¹⁷.

Disciplinar las prácticas de escucha —la propia mediante la instrucción y las ajenas por medio de la imposición—, además de incidir en ciertos modales de conducta y etiqueta (tales como la forma de moverse, hablar, comer o beber), supuso un excelente recurso para la obtención y el control de un poder redirigido ahora por la clase burguesa. Un tipo de proceder impuesto progresivamente a la clase obrera a lo largo del siglo XIX, pero que obtendría sus frutos a largo plazo para llegar a la gran clase media del siglo XX. Ahora bien, ya que a finales del siglo XIX resultaba difícil imponer un orden en el confuso y ruidoso paisaje sonoro de las zonas urbanas y en el trabajo fabril de una sociedad capitalista cada vez más industrializada, la solución pasaba por transferir las funciones sociales de las grandes salas de conciertos a la privacidad del hogar. Y esto se lograría por medio de la escucha de música grabada en los hogares a finales del siglo XIX y comienzos del XX. Lo veremos más adelante.

El propio Richard Wagner puso todo su ímpetu en conseguir que los oyentes del Festival de Bayreuth escuchasen con atención. Pero de lo que Wagner no era consciente es que la escucha atenta no se puede imponer. Se podrá instruir una educación, una determinada actitud, un silencio respetuoso, pero escuchar atentamente es un acto completamente individual. Esto no quiere decir que los paradigmas de socialización no impongan determinadas conductas estéticas. A raíz del empeño de Wagner podríamos preguntarnos, ¿hasta qué punto pudieron influir los modales de etiqueta exigidos en los salones privados y las salas de concierto en un cambio en los métodos compositivos? ¿Parece sensato advertir que, si los compositores fueron conscientes de que las audiencias eran cada vez más silenciosas, tal vez buscaran efectos más íntimos, matices más sutiles en pianísimos, nuevos timbres, bloques orquestales más reducidos que sólo en una escucha silente serían percibidos? ¿Hasta qué punto el nuevo paradigma de escucha alteró la composición? Wagner defendió la postura de la subjetividad —contraria al formalismo de Hanslick— con la que la creación artística y las interpretaciones que de ella hacen provienen del interior del yo creador.

El poder de escuchar música como única actividad no sólo forma parte del poder de controlar el tiempo a través del gasto en ocio, sino que es también la exclusiva licencia para poder

¹¹⁷ *Ibid.*, pp. 235-236.

“perder” el tiempo. Un privilegio que no estaba al alcance de todos. No es de extrañar, observa Leppert, que con el advenimiento del mundo burgués se manifestara tanta ansiedad por la música como una forma de perder el tiempo¹¹⁸. Perder el tiempo ha perteneció en exclusiva desde el siglo XIX a una élite burguesa, quien a su vez pregonaba al proletariado aquella máxima de Benjamín Franklin que decía que “el tiempo es dinero”. Un lema eufemístico que escondía el aumento de la productividad convertido en beneficio.

Este modelo conductual debía ser protegido tanto en las exhibiciones públicas como en la música de cámara practicada en el ámbito íntimo burgués del siglo XIX. En ambos, en el espacio público y en el semiprivado, la escucha debía formar parte de una amplia empresa educacional, política y social. Y, sin embargo, no se escuchaba de la misma manera una reducción para piano de la *Quinta* de Beethoven interpretada por un pianista o un pequeño grupo de cámara en el interior de un patio de una gran casa alemana, que ésa misma sinfonía en la gran sala de concierto en la espectacular colectividad de los festivales. Era en el segundo caso cuando debía tener cabida la idea de un cosmopolitismo cultural auspiciado por el *Volk* y la idea política creciente de nación¹¹⁹. Lo que sí compartían ambas localizaciones era la seriedad y la sobriedad, un lugar en el que la concentración era «concebida como una disciplina impuesta al cuerpo», convertida en trabajo. Escuchar era una obligación que necesariamente había que exhibir¹²⁰. Esta empresa educacional fue llevada a cabo con tesón hasta finales del siglo XIX, momento en el que se puede afirmar que definitivamente se impuso de manera global. Por fin, después de cerca de cien años, la escucha silente y respetuosa dominaba en todo Occidente.

Por el contrario, Katherine Ellis sugiere que la escucha atenta, que ella misma llama «el patrón oro de la escucha», ya se experimentaba en el París de mediados del siglo XIX en mayor grado dentro de los conciertos de cámara que en la música orquestal. También afirma que la música en las salas, sobre todo cuando sonaban sinfonías y conciertos, se escucharon con mayor atención que aquellos programas misceláneos elaborados a partir de secciones de obras¹²¹.

En ocasiones, aparentar una educación burguesa podía ser el puente para demostrar y exhibir a una hija como si se tratara de una «mercancía valiosa para el mercado matrimonial», o a un

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ Refiriéndose a la música de cámara de las primeras décadas del siglo XIX en el ámbito germano, sostiene Mark Evan Bonds que: «Los aspectos colectivos, comunitarios, tanto de la producción como de la recepción, faltaban en aquel ambiente». Reducir una sinfonía a piano o para pequeño grupo de cámara, no solo reducía el volumen y los timbres, sino también la forma de escucharla. Las reducciones y los grupos de cámara albergaban pequeños grupos de oyentes burgueses que perdían la razón de la colectiva de escucha política; véase BONDS, *La música como pensamiento...*, pp. 219-220.

¹²⁰ LEPPERT, *The sight of sound...*, p. 156.

¹²¹ ELLIS, KATHARINE: “Researching audience behaviors in nineteenth-century Paris. Who cares if you listening?” en THORAU, *The Oxford handbook...*, p. 41.

hijo cualificado e inteligente, que podía merecer la pena a la hora de ocupar una determinada posición social dentro de la familia política adoptiva¹²².

Richard Leppert observando la imagería de obras de arte visuales, afirma que desde comienzos del siglo XIX se da un cambio en las formas de representación de la música: «Such seriousness pervades the scene as to circumscribe any sensual associations the music itself might otherwise produce. Indeed, the image valorizes the sitters' concentration on music making, envisioned as a discipline imposed on the body, that is, as work»¹²³. Una autodisciplina férrea cargada de ideología y poder que sería plasmada en el arte figurativo.

En contra de nuestra tesis que defiende la escucha atenta como portadora de ideología burguesa, el gran musicólogo alemán Carl Dahlhaus ofrece el siguiente relato:

La contemplación estética como comportamiento adecuado a un arte autónomo (al igual que otra forma popular de contemplación estética, que consiste en un volverse sobre sí mismo mientras se escucha, y en un disfrutar de las propias emociones) no sería, pues, un fenómeno específicamente burgués sino un fenómeno que siempre puede darse cuando la soledad, a la sombra de la masificación, se convierte en característica de una forma de sociedad, sea ésta burguesa o no¹²⁴.

Ahora bien, una cosa es hablar del uso de la música para legitimar ciertas ideologías y otra muy distinta el efecto subjetivo que produce en la individualidad y en las emociones. Poco antes de esta cita de Dahlhaus, el propio musicólogo alemán afirma que: «La cultura sociable no prospera más que en pocos círculos»¹²⁵. Éstos pocos círculos no definirán ni determinarán el modo subjetivo de escucha de cada miembro de la sociedad, pero sí condicionará las prácticas sociales. Unas prácticas que tienen fuerte influencia sobre las conductas individuales puesto que los gustos, las convenciones y los hábitos y tradiciones, son consecuencia, por un lado, de las influencias sociales sobre los individuos, y por otro, de las praxis individuales que intervienen en la construcción de la identidad propia y social. Esta afirmación sólo podemos tomarla en consideración en lo que respecta desde el siglo XVIII en adelante, precisamente por el auge de la autoconsciencia individual al amparo de una serie de cambios filosóficos y sociales de calado que condujeron a la mayor autonomía relativa del individuo del siglo XIX. Como arguye Dahlhaus al referirse a la autonomía estética de la música del siglo XVII: «El gusto que se tenía

¹²² FUHRMANN, WOLFGANG: “The intimate art of listening. Music in the private sphere during the nineteenth century” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 282.

¹²³ LEPPERT, *The sight of sound...*, p. 156.

¹²⁴ DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997]), p.135.

¹²⁵ *Ibid.*

o no se tenía no quedaba librado a la elección del individuo; era una convención de grupo»¹²⁶. Aunque los conceptos de privacidad y consciencia de individualidad empezaran «a ser algo que desear hacia el siglo XVI y la burguesía urbana del siglo XVII pasó a considerarla un derecho inalienable», no fue hasta el siglo XVIII que «la noción de privacidad había ganado fuerza»¹²⁷. O como argumenta la musicóloga estadounidense Rose Rosengard Subotnik al referirse al segundo periodo de la música de Beethoven, la autonomía de la música se tornó en cuestión sólo cuando el artista tomó conciencia de su propia individualidad¹²⁸.

No estamos de acuerdo, al menos en parte, con la afirmación de Dahlhaus que asume que la contemplación estética del arte autónomo no deba entenderse como un fenómeno específicamente burgués. El marco teórico de la filosofía de la contemplación estética surge a finales del siglo XVIII en un contexto socioeconómico delineado por la aristocracia y la pujante burguesía, en un paisaje sonoro delimitado por la sala de conciertos y dirigida a un público exclusivo, además de por un marco político que intentaba proteger las estructuras de poder en una sociedad velozmente industrializada. Más aún, como indica Christopher Small, lo que resulta particular en la cultura de la sala de conciertos moderna es el grado en que la escucha, esa escucha separada y contemplativa, se haya convertido en el mismo propósito de la performance¹²⁹. Por tanto, cuando Dahlhaus habla de contemplación estética no lo hace en el mismo sentido que tuvo en el siglo XIX. Tal vez hubiese sido mejor referirse a la emoción o la subjetividad para no confundirlo con la escucha estética. Nos da cierto vértigo contradecir al gran especialista en el siglo XIX, pero consideramos que el concepto de contemplación estética que usamos hoy es fruto de los discursos decimonónicos procedentes de un pequeño círculo intelectual y político.

Hablando de economía política, Jacques Attali divide la música en tres grandes bloques. La música sacrificial anterior al siglo XIX, la música representada del siglo XIX y la música reproducida del siglo XX. La música sacrificial responde a unos rituales conformadores de códigos, reglas y leyes de socialización. Estos rituales comenzarían a descomponerse con la música representada en la sala de conciertos del siglo XIX y acabaría por deshacerse del todo en la música grabada y reproducida del siglo XX. Pues bien, sólo en la música representada, sólo cuando el músico deja de ser un criado para convertirse en un «músico contratista», sólo cuando

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ RIFKIN, JEREMY: *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis* (Barcelona, Paidós, 2018, [2009]), pp. 268-271.

¹²⁸ “[...] musical autonomy became an issue only as the artist became conscious of his or her own individuality”; SUBOTNIK, ROSE ROSENGARD: *Developing variations. Style and ideology in Western music* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 1991), p. 27.

¹²⁹ SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 154; «*What is singular about the culture of the modern concert hall is the extent to which listening—detached, contemplative listening—has become the purpose of the performance*».

la música se lleva al espacio público, sólo entonces es cuando se exige al público el silencio y la escucha apercebida¹³⁰.

Puede que el aumento relativo en la autonomía del individuo en el siglo XIX conllevara posturas personales y al cuestionamiento de determinados postulados ideológicos que legitimaban el poder en pocas manos, pero no es menos cierto que la capacidad por parte de estos pequeños grupos por imponer sus conductas terminase sedimentando en las mentalidades de los grupos más numerosos y menos favorecidos; unos grupos que ansiaban alcanzar, o al menos imitar, las formas de vida y el estatus de las élites. «No es de extrañar que los que quieren participar del ritual del concierto sinfónico sean los que en la sociedad industrial se han beneficiado más de él y los que más tienen que perder con su desaparición», sostiene Small¹³¹. Si la escucha de música en la sala de conciertos hasta finales del siglo XIX fue sobre todo una actividad social, la progresiva autonomía del individuo moderno hará que la programación se destine cada vez más a *un* oyente, en singular.

La escucha que Adorno llama estructural y que a su vez proviene de los postulados del formalismo de Hanslick también contiene una fuerte carga ideológica. Comprender mediante el intelecto la forma y la estructura de las obras correspondió exclusivamente a una pequeña pero educada burguesía decimonónica. Se trataba de *la* única forma de entender la música, cualidad que compartían los propios compositores y los intérpretes, así como la crítica, capaces de una escucha “experta” en el sentido de Adorno. Comprender la obra implicaba el conocimiento biográfico y la propuesta estética del compositor, que usa sus obras como mensajeras de su legado artístico. Para aunar la obra a un estado de arte autónomo y estético, eran necesarias dos cosas: primero el conocimiento biográfico tanto para reforzar la individualidad, la originalidad y la autonomía de la obra, como para la definitiva liberación de las reglas compositivas tradicionales y de la música al sometimiento de la funcionalidad. En segundo lugar, era necesario comprender la obra si se deseaba conferir una nueva categoría, la de original y auténtica. Éste es el significado adjudicado hoy a las composiciones, mismo significado que la *poiesis* en el sentido aristotélico. Una vez comprendida la obra, el último paso consistió en alentar la consideración del compositor como genio natural¹³².

¹³⁰ ATTALI, JACQUES: *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música* (Valencia, Iberia de Ediciones y Publicaciones, 1977), pp. 203-204.

¹³¹ *Ibid.*, p. 119; “It is no wonder that those who like to take part in the ritual of the symphony concert are those in industrial society who have benefited most from it and have most loss from its passing”.

¹³² Véanse los capítulos 8 (“Sobre la relativa autonomía de la historia de la música”) y 9 (“Ideas acerca de la música estructural”) en DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997])

Pocas veces se habla de la escucha en la disciplina musicológica, y cuando lo hace es para cubrir algunas necesidades que en realidad cubren otros objetivos, bien sea para hablar de la autonomía o la función de la música, bien para entender la sociología de la cultura o bien para encontrar un enfoque filosófico de la música. Al preguntarles a Carl Dahlhaus y Hans Heinrich Eggebrecht sobre la música buena y la mala en *¿Qué es la música?*, Eggebrecht considera que cuando se escucha música se pueden adoptar dos tipos de juicio: el juicio sensible y el juicio cognitivo variable¹³³. O sea, lo que aquí hemos dividido en escucha emocional y escucha estructural o semántica. Para lo que Eggebrecht llama «un profano» tanto la comprensión como el juicio cognitivo pueden estar «poco desarrollados». Sin embargo, para «el experto, las dos formas de comprensión y de juicio interactúan». El hecho de que Eggebrecht utilice el término “experto” no es casual pues parece ser un discurso residual de los tipos de oyentes de Adorno. Ahora bien, si por juicio podemos entender cierta predisposición, actitud o incluso una opinión valorativa, Eggebrecht está considerando que la escucha pueda recibir un dictamen en buena o mala. Pero ese dictamen no se lo arroga Eggebrecht a quien escucha, sino a alguien que tenga la capacidad de juzgar si la actitud ante una escucha es sensible o cognitiva. Admite, además, que existe una primacía que recae «por principio» al juicio sensible, «ya que la música está hecha para la comprensión sensible». Pero la expresión “comprensión sensible” parece poner en contradicción la propia dicotomía entre lo sensible y lo cognitivo que él mismo afirma existir. Por otro lado, Eggebrecht considera que «el juicio cognitivo puede no sólo tratar de justificar el juicio sensible, sino que también lo puede ayudar, fomentar, profundizar, modificar y alterar».

Así, de una parte, Eggebrecht afirma que existen dos tipos de juicio de la escucha (sensible y cognitivo). De otra parte, concede primacía al juicio sensible ya que, según él, la música «está hecha para» comprenderla con sensibilidad. Y de otra, afirma que el juicio cognitivo no solo trata de «justificar el juicio sensible» sino que además puede permitir que la sensibilidad aumente con el conocimiento. En definitiva, lo que a priori parecía ser una postura neutral, no es tal, pues se difumina al concederle una mayor importancia al juicio cognitivo que al sensible. La solución para eliminar los juicios estéticos y sensibles pasa en Eggebrecht por explicar que toda la música que no esté pensada para una función, es decir, la música estética *per se*, debe diferenciarse del resto de músicas funcionales. Cuanto mejor adopten el papel funcional para la que fueron creadas, cuanto más se aproximen a su función, mejores serán estas músicas.

¹³³ DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), pp. 77-85.

Pero Eggebrecht comete un importante error discursivo. Ese “estar hecha para” al que se refiere cuando habla de que la mejor forma de escucha es la comprensión sensible, no es otra cosa que la arrogación de una mera funcionalidad, algo que el propio Eggebrecht confiere a toda aquella música que no sea la música que llama culta. Según él, entre las músicas nacidas para el desarrollo de una simple función están: «las coplas de ciego y la música callejera, la música de los saltimbanquis y la música de circo, la música ligera y las canciones de moda, todas las clases y todas las modas de música pop, la música para banda, los hilos musicales de los grandes almacenes y los lugares de trabajo, la música publicitaria, la música de cine [...]»¹³⁴. Queda clara su postura. Pero también añade una contradicción más, siempre habrá «canciones de moda buenas y malas, lo mismo que hay buena y mala música culta», dice. El lenguaje empleado por Eggebrecht lo atrapa en su propio contexto e ideología; a todos nos pasa. Porque hablar de canción para referirse a la música ligera en general y hablar de música culta, lleva implícita una carga histórica de la que ni Eggebrecht ni nosotros podemos desprendernos, pues implica lo que se dice y su contrario al mismo tiempo.

Es de justicia añadir que Eggebrecht considera que la comprensión y el juicio cognitivos «tienen ciertos límites». La explicación para la belleza de una melodía es «susceptible de explicación analítica sólo hasta cierto punto». En suma, la comprensión estética o el juicio estético van por delante de la comprensión y el juicio cognitivo. Pero una vez más encontramos incoherencias. En realidad, Eggebrecht está afirmando que si las músicas tienen una función, «aquellas clases de músicas que no surgen en el espacio libre del arte», carecen de un análisis estético dada su intrínseca funcionalidad, sólo la música seria podrá ser susceptible de ser considerada arte. La solución pasa para Eggebrecht por no juzgar una con los criterios de la otra: «no hay criterio absoluto, sino únicamente criterios dependientes del punto de vista». Seguro que no hay un criterio absoluto, pero por eso mismo no debería elevar a la música clásica al nivel de arte y a la música ligera devaluarla a mera música funcional. Tampoco debería afirmar que existe cualquier tipo de música buena o mala y meter en el mismo saco a la música ligera y la publicitaria. Como veremos más adelante, la historia nos ha demostrado que la música clásica también ha desempeñado —y desempeña— la mera función de ruido de fondo. En realidad, Eggebrecht está asumiendo la existencia de dos tipos de música diferentes que se escuchan también de maneras distintas, también asume que la música seria, culta o clásica, posee un grado y una profundidad artística y estética que la aleja de la música ligera, término vago y demasiado

¹³⁴ *Ibid.* p. 83.

amplio, que además de no definir, parece mostrar como si fuera “la otra música”, es decir, la música que no es la clásica.

El sentido peyorativo de estos “otros”, asume que estos sujetos son incapaces de adentrarse en la forma, la estructura o la contemplación estética de la obra. La razón de este discurso es que en las sociedades más jerarquizadas no puede haber un conjunto de músicas indiferenciado, puesto que el sonido sin clasificar es la concesión sonora de la democracia, o peor incluso, de la anarquía. Así, la valorización de la música discurre como un elemento ordenador. El sonido como dimensión de la actividad humana no puede ser dejado fuera de la ecuación sociocultural¹³⁵. La escucha también es una forma de control, una forma de regulación que siempre legislada por parte una minoría. Asumir la existencia de una escucha atenta es asumir la existencia de otra escucha descuidada que no descuida la distinción para separar las clases sociales. Lo que la segunda mitad del siglo XX consiguió fue reducir, o mejor dicho, encubrir esa amplia brecha diferencial merced a una creciente clase media y de un Estado del bienestar que simula la igualdad.

En el mismo libro en el que Eggebrecht articula la escucha de la música desde los juicios sensible y cognitivo, Carl Dahlhaus —con el que estamos en total acuerdo—, prefiere centrarse en la dicotomía música estética y música no estética, aunque finalmente también termine hablando de funciones. Según Dahlhaus, la música estética es la música seria y la no estética es la música ligera. Ahora bien, Dahlhaus no se anda con rodeos: «la música ligera pertenece, por tanto, al mismo contexto técnico-compositivo, pero a otro contexto estético que la música clásica»¹³⁶. La explicación de la dicotomía radica en que «el juicio estético ha estado desde siempre entremezclado con un juicio social». De esta manera, la música entendida como mala siempre correspondería a toda aquella música «de rango social inferior», es decir, la que no estuviese delimitada socialmente por las clases burguesas. Se trata de «una implicación estética tradicional que, de modo encubierto, sobrevive todavía en la actual controversia sobre la música clásica y la música ligera». Es importante señalar que Dahlhaus considera que esa carga tradicional, que podemos considerar ideológica, todavía sobrevive.

Además, Dahlhaus, contrariamente a lo que opina Eggebrecht, cree que «el concepto de música funcional no coincide con el de música ligera», algo con lo que estamos plenamente de acuerdo y que comprobaremos enseguida cuando hablemos de música de ambiente, de la

¹³⁵ LEPPERT, RICHARD: “Reading the sonic landscape” en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), pp. 409-418.

¹³⁶ DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), pp. 85-97.

música *muzak* y de la música para no ser escuchada. La solución al debate bueno-malo, o si se prefiere, clásica-ligera, pasa en Dahlhaus por darles la razón a quienes «quieren que se los respete precisamente en su condición de diferentes [refiriéndose a los oyentes de música ligera], en lugar de verlos, desde el punto de vista de una audición estructural dirigida al objeto y sus propiedades». Es decir, que los propios oyentes de música ligera están legitimados para verse a sí mismos como los «representantes de un modo de percepción deficiente y regresivo, por limitado a los propios sentimientos». De esta manera, Dahlhaus está asumiendo que en el fondo existen dos tipos de escucha, la atenta y la distraída. Dicho de otro modo, la música funcional no puede equiparse a la música seria, ya que su acervo fundamental, es decir, «el repertorio clásico-romántico, ha marcado una noción de música clásica que incluye, como su correlato, la exigencia de un comportamiento contemplativo». Es decir, que la historia y la cultura han diferenciado siempre dos modos de escucha, con dos exigencias de actitud distintas, con dos formas de recepción, pero que, y he aquí lo más importante, no deben ser juzgadas la una con los criterios de la otra.

La separación que establecía Martin Heidegger entre «herramienta disponible» (*zuhandenes Zeug*) y «cosa presente» (*umgangsmässige Musik*) fue filtrada décadas después por Heinrich Bessler en lo que resultó ser su dicotomía entre la música «de compañía» y la música «objetiva». El oyente, simplemente por participar en la música de compañía en la liturgia, en la representación o en el baile, irremediamente quedaba al margen de la emisión de un juicio estético y en consecuencia quedaba fuera de la pretensión de escucha por sí misma. El oyente de música de compañía solo podía aspirar a «oír de pasada», dice Dahlhaus¹³⁷.

Pero la línea divisoria entre estos tipos de escucha no está en realidad bien demarcada, como demuestra Carl Dahlhaus usando como ejemplo los cuartetos de finales del siglo XVIII y algunas composiciones litúrgicas meramente funcionales como la *Missa Solemnis* de Beethoven, la *Misa solemne de Gran* de Listz, o los *Requiem* de Berlioz y Verdi: «La simple oposición entre carácter artístico y funcionalidad, o entre objetivación estética y la mera “escucha incidental”, resulta, por tanto, errónea e insuficiente para algunos géneros musicales importantes»¹³⁸. Para Dahlhaus, la solución pasa por un cambio en el método epistemológico ya que la tradicional y taxonómica separación entre música funcional y autónoma es errónea. Más aún, el concepto de autonomía se ha convertido en una categoría que «introduce confusión en el discurso estético»,

¹³⁷ *Ibid.*, pp. 92-94.

¹³⁸ *Ibid.*, p. 94. DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), p. 94.

y que plantea una «intención estética a nivel social» como un tipo de construcción de la historia de la composición y de la recepción que obedece a un «uso o abuso» ideológico¹³⁹.

Como bien advertía en el año 2003 el etnomusicólogo Gary Tomlinson, la autonomía de la música no solo daba un paso adelante en cuanto a la idea de música absoluta en el siglo XIX, sino que arrastraba un discurso político, cultural y elitista: «this conception of musical autonomy appears as a powerful philosophical assertion by elite Europe of its own unique achievement and status»¹⁴⁰. Continúa Tomlinson afirmando que los términos establecidos por Herder en 1800 asumen las tradiciones instrumentales europeas de su tiempo como el telos de todo progreso musical. Al hacer esto plantea simultáneamente una serie de limitaciones para buena parte de la música extraeuropea con prácticas musicales entendidas como primitivas, regresivas o ahistóricas. Tal vez el carácter colonial de Occidente también haya favorecido a la construcción de la estética de la escucha que estamos desarrollando. Una construcción que evita y separa otras culturas a través de un eurocentrismo exacerbado.

David Clarke, profesor de música de la University of Newcastle, consideraba también en el 2003 que la autonomía de la música no había tenido muy buena literatura durante los últimos años¹⁴¹. Bien desde la sociología, bien desde el punto de los “*new-historicist*” o del feminismo, el concepto de autonomía tiende a asociarse desde comienzos del siglo XXI con lo burgués y lo hegemónico. Clark desea presentar su paradigma social e histórico como universal y aplicable al resto de músicas en la medida en que toma el pulso a cualquier música del planeta. El concepto de autonomía está cosificado, atrofiado y suscribe un canon exclusivo de obras maestras fosilizadas de música clásica. Un canon considerado patriarcal y sexista. A juicio de Clarke esto puede presentar un problema y debe ser tan inútil negar que las prácticas musicales autónomas son ideológicamente problemáticas como afirmar que ya no tienen una valiosa labor cultural que realizar.

Todavía hoy se discute valorativamente sobre el juicio estético y la autonomía, una discusión que «se enreda rápidamente en el laberinto del filosofar sobre subjetividad y objetividad»¹⁴². Sin embargo, la individualidad en la que nos manejamos hoy, la subjetividad como valor imperante de la posmodernidad, provoca que las normas y las convenciones tradicionales que establecían la disyuntiva entre la música funcional y la música autónoma se estén diluyendo

¹³⁹ *Ibid.*, p. 95.

¹⁴⁰ TOMLINSON, GARY: “Musicology, Anthropology, History” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music ...*, p. 38; (esta concepción de la autonomía musical aparece como una poderosa afirmación filosófica por parte de la élite europea de su propio logro y estatus únicos) [traducción propia].

¹⁴¹ CLARKE, DAVID: “Musical autonomy revisited” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, pp. 159-170.

¹⁴² DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), p. 96.

progresivamente: algo en lo que colabora necesariamente la etnomusicología desde hace ya algunos años.

Precisamente desde la etnomusicología, Franco Fabbri considera que la distinción entre géneros posee una carga ideológica y tradicionalista que sobrevive en la actualidad en la rama de la musicología más conservadora. A pesar de que, durante los últimos años, argumenta Fabbri, se estén dando una serie de aproximaciones hacia la psicología del repertorio europeo por parte de algunos estudiosos de música popular, el gran peso y la construcción de la polarización que se dio durante todo el siglo XX entre la música clásica como innovadora y que niega la repetición por un lado, y la música ligera y repetitiva por otro, ha cimentado determinados conceptos que son difíciles de erradicar y que lastran el discurso contemporáneo:

Negli ultimi anni musicologi specializzati nel repertorio eurocolto e studiosi della popular music si sono trovati spesso insieme ad affrontare argomenti di interesse comune, ad esempio sulla retorica della musica; ma se si volge lo sguardo all'in- dietro non si può fare a meno di notare che in Europa e negli Stati Uniti per gran parte del xx secolo il campo musicale è stato costruito e interpretato basandosi sull'antitesi fra una musica colta negatrice della ripetizione e protesa all'innovazione radicale e una musica leggera (popular music, musica di intrattenimento, canzonetta, ecc.) ripetitiva e "quindi" sempre sostanzialmente uguale a se stessa. In che scarsa e parziale misura questa interpretazione aderisse allo sviluppo reale delle musiche lo si è potuto comprendere solo verso la fine del secolo¹⁴³.

Para Fabbri la musicología tradicionalista y conservadora se ha centrado en estudiar a los oyentes más que en los modelos de escucha, por no hablar de que solo ha aceptado a lo largo de su historia sólo «un cierto modelo de escucha» establecida en disciplina. Creemos que cuando Fabbri dice “un”, no se refiere a la elección de “un” modelo entre varios, sino la existencia de “un” único modelo: solamente uno. La musicología tradicional ha aceptado como propio el modelo adorniano del oyente experto (o estructural), una imposición de escucha concentrada que es, desde el punto de vista histórico, producto del debate musicológico, pero también de la influyente actividad de los críticos y de la presencia creciente de la figura del músico como intelectual libre en las sociedades burguesas¹⁴⁴. El concierto transformado en institución

¹⁴³ FABBRI, FRANCO: “La canzone” en NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica, Vol. 4* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001), p. 554.

¹⁴⁴ FABBRI, FRANCO: “Entendre écouter”, en “Modelos y contextos del la escucha” en GARCÍA QUIÑONES, MARTA (coord.), *Música, ciudades, redes: creación musical e interacción social*. Actas del X Congreso de la SIBE. Sociedad Española de Etnomusicología; V Congreso IASPM-España; II Congreso de músicas populares

durante el siglo XIX y el destacado crecimiento de interpretaciones de obras del pasado de compositores fallecidos, implicó un nuevo enfoque de escucha, un modelo según el cual quien no se sometiera a él sería «considerado un maleducado o un ignorante»¹⁴⁵. Pero el ataque a quien no sabe escuchar no es solo una cuestión de educación sino de distinción. El conservadurismo burgués considera que hay que educar en la escucha del concierto “como es debido”. No es necesario haber leído a Adorno, Hanslick o Forkel, dice Fabbri, para saber que el comportamiento que se espera de un oyente de música clásica es el de la sala de conciertos. Qué comportamientos serán aceptados y cuáles castigados mediante el tribunal de las convenciones, las tradiciones y la conservación de conductas y patrones, no pertenece tanto a una cuestión histórica o incluso del mantenimiento de unas tradiciones como de la necesidad de la diferencia, del *estatus quo*, de la legitimación de la distinción a través de la construcción de una tradición.

Del análisis de los primeros capítulos del ya citado volumen *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* se puede desprender que hubo tres fases en lo que se denomina el “patrón oro” de escucha, entendida esta como la escucha atenta. La primera iría desde finales del siglo XVIII hasta aproximadamente 1890 en un periodo de intento por implantar un modo respetuoso y silente sobre todo en las salas de concierto y en los salones privados. Un modo de escucha que buscaba más una cierta actitud que el propio valor de la escucha atenta. Una segunda fase, considerada de crisis del patrón oro que surge como consecuencia de la aparición de un nuevo lenguaje compositivo atonal de manos de Schönberg y de la aparición del fonógrafo, el gramófono y la radio, y que abarca desde finales del siglo XIX hasta los primeros escritos de Adorno en torno a 1930. Esta sensación de crisis estuvo avivada por la vehemente crítica cultural que, empujada por los periodos prebélicos y bélicos que rodearon las dos primeras décadas del siglo XX, fomentaron un lenguaje de incertidumbre, alarma y transición hacia nuevas formas de modernismo. La década de 1920 es considerada por Rob Wegman el comienzo de la escritura de la historia de la audición y el de la búsqueda sociológica del oyente¹⁴⁶. Otros abordaron dentro del mismo periodo su estudio de la psicología musical, la pedagogía musical y la musicología comparada.

La década de 1920 resultó ser un intento a la desesperada por recuperar un espacio de escucha conformado por el mismo sentido de comunidad que lo tuvo en el siglo XIX. Pero estaba claro que el paradigma social emprendido un cambio de no retorno. Por eso, en lugares como

del mundo hispano y lusófono. Editado por Rubén Gómez Muns y Rubén López Cano (Salamanca. SIBE-Obra Social Caja Duero, 2008), pp., 1-5.

¹⁴⁵ *Ibid.*

¹⁴⁶ ZIEMER, HANSJAKOB: “The crisis of listening in interwar Germany” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 111.

Frankfurt se buscaron soluciones con un marcado espíritu reformador, considerando que para salvar la música clásica se necesitaba de un determinado tipo de oyente. Pero para salvar al público y las salas de conciertos era necesario llegar a oyentes pertenecientes a diferentes clases sociales mediante la educación y la sensibilización de la escucha. Por ello, especialmente instituciones como la Verein für Musik-und Theaterkultur (1917), la Gemeinschaft für Musik (1922), la Frankfurter Symphonie Orchester (1923), la Kammermusikgemeinde (1926) y el Musikstudio (1928), apostaron por nuevas experiencias auditivas mediante la programación de conciertos sin director, conciertos sin aplausos, basados en la música antigua, conciertos dirigidos exclusivamente a trabajadores, en salas de gran tamaño como la Festhalle, e incluso conciertos que intentaron rescatar la exclusividad del salón privado de la burguesía del siglo XIX¹⁴⁷.

Por último, se puede observar un tercer periodo de intento por recuperar el valor de la escucha atenta burguesa a través de los escritos de la Escuela de Frankfurt y de la Teoría Crítica¹⁴⁸. La sala de conciertos del siglo XX ya no les parecía que cumpliera su función de espacio unificador y de reivindicación para la cohesión social y la superioridad artística formuladas por intelectuales del siglo XIX como Edward Hanslick, pues no podían mantenerse vivas dentro de la creciente competencia con las nuevas formas de arte¹⁴⁹.

El nacionalsocialismo previo a la Segunda Guerra Mundial de la década de 1930 trajo una abrupta y radical ruptura de los debates sobre la crisis de la escucha de la década de 1920 y el nuevo modernismo. Unos debates que habían propuesto un modo de escucha menos racional y más emotivo, aunque al mismo tiempo menos subjetivado y más objetivo. O, dicho de otra manera, la propuesta de los años veinte alimentaba un nuevo modo de escucha interesado en la sensación inmediata y no tanto en el significado a través de la estructura. Pero las respuestas dictatoriales desde las instituciones no fueron más que una respuesta violenta a esas nuevas cuestiones culturales, fomentando de nuevo la interiorización de la escucha en pleno sentido estético burgués conservador y tradicional.

Algunas de las principales y tímidas crisis en la tradicional construcción estético-burguesa sobre la escucha atenta tuvieron lugar, primero en la revolución emprendida con el atonalismo de Schonberg, como ya se ha dicho: una revolución que para algunos ya se vislumbraba en el *Tristán* de Wagner, y más tarde, en el minimalismo de mediados del siglo XX. Pero si tenemos

¹⁴⁷ *Ibid.*, pp. 103-104.

¹⁴⁸ Véase CRUZ, MANUEL *Filosofía contemporánea* (Barcelona, Random Pinguin House Grupo Editorial, 2019, [2002]), pp. 131-155.

¹⁴⁹ *Ibid.*, pp. 100-101.

en cuenta que el atonalismo no ha cuajado entre las músicas más escuchadas, y que el minimalismo ha tomado una deriva en la que se siente más cómoda en los estilos populares y modernos, cuyo éxito en la música de cine, en la música pop y hasta en la música *muzak* la aleja de las formas y modelos románticos, ambas, atonalismo y minimalismo, no han tenido la fuerza necesaria como para poder hablar de una crisis real en los conceptos filosóficos y estéticos de la escucha atenta. Habrá que esperar a los años ochenta para que esto ocurra. Por tanto, de una manera u otra, podemos pensar que el legado romántico siguió imponiendo su lógica estética a través de la diferencia.

Como indica Thorau, los críticos, teóricos y filósofos, desde Rochlitz hasta Hanslick y Adorno, han defendido firmemente una concepción refinada de la escucha como un modo prácticamente autónomo de percepción estética que responde a las demandas de la música absoluta o pura, cuya atención es dirigida hacia la forma, la estructura y el sonido. Pero este tipo de escucha no es más que una «actitud extrema» e impuesta, y solamente una posibilidad de entre otras muchas formas de escucha que han existido a lo largo de la historia. Así, «la figura del oyente implicado [léase atento] se ha convertido en una sombra autoritaria cuya presencia se cierne sobre el oyente del concierto», apela Thorau¹⁵⁰. Y es que la fuerza y la presión del impacto colonial y eurocentrista, el peso de la cultura de Occidente, así como el método historiográfico se muestran demasiado firmes cada vez que surge un intento de constructor de los parámetros tradicionales. No solo la egolatría occidental impide una historiografía alejada de los conceptos de obra y genio, de los géneros y los estilos, sino que existen otros elementos bloqueadores: 1) el concepto de “obra de arte aurática”, entendida como objeto artístico que debe ser interpretado en el escenario; 2) los variados elementos «intimidatorios» de las salas y teatros como espacios físicos construidos para lugares de culto y; 3) los rituales sociales, conductuales y políticos asociados a ellos¹⁵¹.

La propia razón de ser de algunas músicas, su misma existencia, depende únicamente del contexto para el que fueron creadas: bien por tratarse de un encargo, bien por estar al servicio de una élite económico-política, bien por miedo a romper las reglas del arte y la estética imperantes. Como consecuencia, buena parte de la música clásica de los últimos doscientos años ha surgido como consecuencia de la búsqueda por un oyente cómplice de la escucha atenta. El final de la *Novena* de Mahler, por ejemplo, que termina en un inapreciable susurro en las cuerdas, fue compuesta *ad hoc* para la sala de conciertos (también porque Mahler sabía que le quedaban pocos días de vida). Por tanto, si cambiamos a una música el contexto para la que fue

¹⁵⁰ THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 9.

¹⁵¹ *Ibid.*

creada, ¿por qué no cambiar el modo en que debe ser escuchada? Así, debemos asumir que existen músicas pensadas para la escucha atenta, pero otras no necesariamente. Existen músicas para el auditorio silente y otras para el espacio abierto y amplificado. Hay músicas que fortalecen algunas culturas dominantes y otras para culturas débiles en un mundo globalizado. Y hay música que, a pesar de ser ideada para una escucha en silencio, son usadas como hilo musical o mero ruido de fondo.

A todo lo dicho hasta ahora debemos añadir que durante los siglos XVIII y XIX tan solo unos pocos tuvieron acceso a la cultura y la escritura. La proporción de ciudadanos analfabetos en Europa a comienzos del siglo XIX rondaba la novena parte de la población. Quienes tuvieron acceso a la escritura y la lectura pertenecían a las clases dominantes, con una educación casi siempre doméstica y burguesa. Esto indica que la crítica musical, perteneciese o no a esa élite, estaba obligada a legitimar el estatus de la clase dominante en el uso de sus hábitos y conductas, autenticando a sus lectores a través de la escritura. Una crítica musical que ejercía de vigía y custodia en la defensa escrupulosa de la obra, de la partitura, ergo, también de sus modelos de escucha. Un tipo de escucha estructural que, por lo demás, siempre ha sido minoritaria.

El proyecto de individualización, apropiación, privatización y subjetivación comenzó así su andadura bajo el paraguas del levantamiento capitalista y liberal de las sociedades modernas. Proyecto que culminaría a finales de la década de 1970 protegido por un enfoque neoliberal y postmodernista del que todavía formamos parte. Dicho en palabras de Thorau: «Al igual que los museos, los teatros o las revistas, los conciertos se convirtieron en instituciones sociales que estaban íntimamente relacionadas con el surgimiento de la nueva clase media y que pueden considerarse parte del surgimiento de una esfera pública, conceptualizada por Jurgen Habermas como el “reino de las personas privadas reunidas para formar un público”»¹⁵².

En base a estas nuevas necesidades burguesas comenzaría a girar el mundo de la música clásica: fundación de orquestas, el consenso hacia 1820 sobre que las interpretaciones de óperas y sinfonías debían requerir de sus propios espacios diferenciados y por consiguiente la construcción de salas de conciertos y teatros de ópera, la creación de los primeros conservatorios, las notas al programa de los conciertos y, por supuesto, la necesidad de modificar los patrones de escucha para actividades sociales en público como en la semiprivacidad de los hogares de la alta sociedad¹⁵³. Buena parte de los teatros de ópera del siglo XIX delimitaron no sólo el precio de la entrada y sus zonas de asientos, sino el comportamiento asociado a cada butaca.

¹⁵² *Ibid.*, p. 12.

¹⁵³ *Ibid.*, p. 13.

Curiosamente fue la pujante clase media burguesa de las primeras décadas del siglo XIX la que escuchó con atención, no así ocurría con la aristocracia, las clases altas y la vieja burguesía¹⁵⁴. Una esfera social como elemento legitimador y de construcción nacional de la identidad, a la que hay que sumar una esfera privada que, sin deslindarse del todo de la esfera pública, surgió como elemento de liderazgo masculino y paternalista¹⁵⁵.

Hay quien llega a demostrar que incluso la mejor escucha atenta se practicó en los pequeños salones de algunas casas burguesas relacionadas directa o indirectamente con compositores, intérpretes conocidos y profesores, sobre todo para un repertorio de cámara y solista¹⁵⁶. Como indica Katharine Ellis, en lo que llama «an origin for the gold standard», este patrón se encuentra más en los conciertos de cámara en espacios domésticos que en los conciertos de orquesta o las óperas¹⁵⁷. Es decir, en los espacios más íntimos de la naciente burguesía.

Tampoco debemos pensar que toda la música interpretada en estas fiestas y eventos estuviese destinada a embelesar a los invitados. Incluso en algunos casos podía resultar una fuente de irritación si era demasiado relevante o destacada. Por ejemplo, en las cenas, la hora del té y las fiestas o reuniones en el jardín, en las que la música tomaba un papel secundario para el acompañamiento de conversación o simplemente ambiental. A veces se llegaba a ocultar a los músicos en lugares estratégicos. Como ocurre hoy en la música de los altavoces en los cines, los centros comerciales, tiendas, transportes, etc., era necesario esconder la fuente del sonido a modo de música no diegética¹⁵⁸. Tampoco el repertorio en los salones privados de la burguesía de la segunda mitad del siglo XIX parecía ser demasiado exigente a los oídos de los invitados.

Carl Dahlhaus afirmaba en el ya citado *Fundamentos de la historia de la música* que «la pretensión de la música artificial» era la de «ser escuchada por sí misma» y que «la contemplación estética» descrita por Schopenhauer:

se impuso de manera paulatina como norma de conducta en el concierto (y más tarde, incluso en la ópera), parece ser la única forma de recepción acorde con la obra autónoma. No es preciso negar las características de entretenimiento mundano y de representación propias del concierto, ni el placer de la exhibición de virtuosismo o el afán de la burguesía por afirmar su prestigio

¹⁵⁴ ELLIS, KATHERINE: “Researching audience behaviors” en THORAU, *The Oxford Handbook...* p. 40.

¹⁵⁵ LEPPERT, *The sight of sound*.

¹⁵⁶ FUHRMAN, WOLFGANG: “The intimate art of listening: music in the private sphere during the nineteenth century”, en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 231-253.

¹⁵⁷ ELLIS, KATHARINE: “Researching audience behaviors in nineteenth-century Paris. Who cares if you listening?” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 40

¹⁵⁸ DEAVILLE, JAMES: “The well-mannered auditor. Zones of attention and the imposition of silence in the salon of the nineteenth century” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 55-75.

social, para afirmar que la autonomía estética fue la tendencia decisiva que se impuso en el siglo XIX, sin un motivo económico discernible¹⁵⁹.

Todas estas prácticas culturales, o lo que somos capaces de reconocer en ellas, dieron respuesta de un plumazo a preguntas como a quién estaba permitido escuchar, dónde debían tener lugar los actos de escucha “serios”, y cómo y por qué era apropiada una actitud dirigida hacia una escucha silente y contemplativa. De todos modos, debemos tener presente que cada país o región establecía sus propios patrones educacionales, con lo que lo más sensato es pensar que se dieron múltiples públicos y variados modos de percepción. Y, sin embargo, no por ello podemos dejar de advertir un cambio en torno a 1800 que se prolongaría a todo el siglo XIX y buena parte del XX.

Nótese que hasta este momento casi no hemos aludido a la escucha en los teatros de ópera. La historia demuestra que hay una diferencia evidente entre la ópera y el concierto, como refleja Dahlhaus en la cita anterior. Una diferenciación ya tradicional. Tal idea consiste en establecer las óperas como lugares cuyo fin estaba destinado a la reunión social, mientras que las salas de concierto se reafirmaron en adalides de los auténticos templos del arte. Esta idea sale reforzada al observar la disposición y la iluminación de los teatros. La forma de herradura o el hecho de que se mantuvieran las luces encendidas en el teatro durante las representaciones facilitaba la vigilancia entre unos y otros. Parece que la ópera participó marginalmente en la construcción del canon de escucha silente, con la notable excepción de la música de Wagner en el Festival de Bayreuth desde 1876 que ya hemos visto. El por qué radica en que la ópera se encontraba en tierra de nadie a mitad de camino entre el arte y el entretenimiento, no era ni seria ni completamente madura¹⁶⁰.

Sin embargo, como sugiere Katharine Ellis, esta idea no está tan clara y parece una simplificación excesiva, al menos si acudimos al París de la década de 1840 o a otros muchos lugares. Ellis explica que gran parte del material tomado como fuente primaria obedece a varias lecturas posibles, que la investigación se ha centrado solo en la composición musical, las obras, los

¹⁵⁹ DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997]), p. 178.

¹⁶⁰ *Ibid.*, pp. 37-54. También, ELLIS, KATHARINE: “Researching audience behaviors in nineteenth-century Paris. Who cares if you listening?”, THORAU, *The Oxford handbook...*, pp. 37-54. El caso de París a partir de la década de 1840, como observa HATHARINE ELLIS, sugiere que esta clara segmentación del mercado musical es una simplificación excesiva. Para esta afirmación se basa en una segunda lectura que tiene en cuenta la ironía que desprende la crítica periodística, carteles, programas, cierto tipo de literatura, etc., escrito por algunos críticos de los que Ellis desconfía.

conciertos, etc., y que «muy pocas pruebas relativas a las audiencias históricas son directas o se han agrupado»¹⁶¹.

La idea de escucha estructural como modo de escucha que revaloriza la atención tuvo continuidad durante el siglo XX a través, sobre todo, de la musicología alemana. Un tipo de musicología analítica positivista que se centró prioritariamente en las obras y sus estructuras. La polarización entre quienes participan de una escucha atenta y quienes lo hacen distraídamente ha pretendido justificar su tesis trayendo siempre a colación la escucha intelectual y el canon de obras románticas, forzando de esta manera una prolongación asincrónica de la estética romántica. La diáspora de musicólogos alemanes a Estados Unidos en tiempos del nazismo diseminó la idea de que la mejor escucha corresponde a aquellos que fuesen capaces de apreciar los elementos compositivos y estructurales. Autores como Kurt Knopf, Adorno, Reinhold Brinkmann y Fritz Stege, publicaron sendos libros y artículos con algunas de las claves y directrices para una audición atenta que pasaba necesariamente por el análisis estructural de las obras, una vez más¹⁶².

La crítica profesional, los programas de mano y la publicación de volúmenes dedicados a la historia de la música desde una perspectiva positivista, también sirvieron de pilares que alimentaron el modo de escucha atento. Aunque se han dado algunos intentos previos por sacar al oyente de esta rígida zona de riesgo desde comienzos de milenio (Michael Walsh, Annette Kreuziger-Herr, Winfried Bonig, David Pogue, Scott Speck), el discurso sobre la escucha atenta caló tan hondo a finales del siglo XVIII que resulta difícil deshacerse de sus grilletes.

Los libros *Music in Western Europe, 1400-1600* de Allan W. Atlas (1998), *Classical Music* de Philips G. Downs (1992) y *Romantic Music* de Leon Plantinga (1984), por citar solo tres ejemplos, están salpicados de análisis armónicos, melódicos y estructurales que refuerzan la idea de una historiografía positivista dirigida al estudio de las biografías, los estilos y las obras en el sentido aportado por Lydia Goehr o la importancia que concede Carl Dahlhaus a la obra como necesario elemento historiográfico. Los actuales programas de mano y las críticas de música en publicaciones periódicas, revistas, semanales culturales, diarios, etc., ofrecen una mezcla de biografías hagiográficas de los compositores e intérpretes, una crítica de la interpretación, y en mayor o menor medida, un somero análisis de las estructuras de las obras, instando

¹⁶¹ *Ibid.*, pp. 37-54. Añade Ellis: «Much comes from the press, some from novelistic portrayal, some from images, some from memoirs, and some from ephemera such as posters and programs. It can also be contradictory, drenched in irony, or written by a critic who cannot be identified or trusted». Véase también: JOHNSON, JAMES: *Listening in Paris. A Cultural history* (University of California Press, 1995).

¹⁶² TEWINKEL, CHRISTIANE: “Everybody in the concert hall should be devoted entirely to the music. On the actuality of not listening to music in symphonic concerts” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 477-499.

al oyente a un modo de escucha atento en el que deba prevalecer la memoria como medio ne-motécnico.

El análisis de la escucha atenta que hemos propuesto necesitaba de una larga explicación si queríamos abordar su deconstrucción en el siguiente apartado. Sirva esta cita de la musicóloga Christiane Tewinkel a modo de coda de las ideas aquí expuestas y de preámbulo para las siguientes:

Yet not listening at all may be as meaningful an activity as listening attentively. Whatever our approach to "music" is, whether we are listeners, spectators, performers, or writers on music, we are well advised to realize that inattentiveness bears a productive potential in that it is able to point at the very flaws of the musical work-concept with its strong focus on the structure of the work, its disregard of idiosyncratic performances, and its underlying bias against potentially unskilled listeners. Indeed, embracing inattentiveness as a natural part of diverse experiences and expectations in a concert could turn out to be a fruitful way of addressing trained listeners as well as newcomers to the listening scene¹⁶³.

Tewinkel aboga por desplazar la causa de la falta de atención del oyente hacia el compositor y el intérprete para liberarlo de la tiranía, la presión y la responsabilidad que se le ha adjudicado durante más de doscientos años. También podríamos añadir que ojalá fuese también liberado de las persistencias ideológicas y clasistas. Una mala interpretación, un fragmento de peor calidad dentro de una misma obra, también son, posiblemente, factores que inducen al oyente a la distracción, junto a la combinación de su estado anímico o su formación musical y cultural. Si se cumple alguna de estas premisas, tal vez asalten a la mente del oyente mejor versado, pensamientos fuera de contexto de lo que es una escucha atenta: como el plan para el día siguiente, llamar al técnico para que arregle el lavavajillas o acordarse de los correos que uno tiene que revisar. La atención no puede ser lineal ni siquiera para los más preparados.

El filósofo Sant Godlovitch, con el objeto de que la performance pueda darse con plenitud, exige al oyente lo que llama una «active conentrated attention», además de un acto de alienación

¹⁶³ TEWINKEL, CHRISTIANE: "Everybody in the concert hall should be devoted entirely to the music. On the actuality of not listening to music in symphonic concerts" en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 490: «Sin embargo, no escuchar nada puede ser tan significativo como la actividad de escuchar con atención. Cualquiera que sea nuestro enfoque de la "música", ya sea que seamos oyentes, espectadores, intérpretes o escritores sobre música, es muy recomendable que nos demos cuenta de que la falta de atención tiene un potencial productivo, ya que es capaz de señalar los defectos de la obra musical —concepto con un fuerte enfoque en la estructura de la obra, su desprecio por las actuaciones idiosincrásicas y su sesgo subyacente contra los oyentes potencialmente no cualificados. De hecho, adoptar la falta de atención como parte natural de las diversas experiencias y expectativas en un concierto podría resultar una forma fructífera de dirigirse a oyentes capacitados, así como a los recién llegados a la escena de la escucha».

posterior: «A player's-eye view of the readied, then alienated, listener bolsters the idea that no performance ordinarily succeeds without the auditors' active concentrated attention»¹⁶⁴. El éxito de la interpretación, entonces, depende del estado del oyente. Agradecemos a Godlovitch que tenga en cuenta el papel del oyente para completitud de la performance, pero creemos que exigirle al oyente una atención para luego alienarse, es decir, perder la razón y dejarse llevar, tras haberle exigido una formación capaz de percibir las sutilezas necesarias, como él mismo añade, es pedirle que se muestre sumiso, receptivo y acrítico. En definitiva, ese tipo de escucha atenta y anónima, estructural y objetiva exigida en las salas de conciertos que hemos visto. Pero no acaba ahí la teoría de la escucha de Godlovitch que afirma que tan sólo un oyente con una actitud de escucha atenta es necesario para que la performance tenga lugar: «Pero el aumento del número de oyentes no aumenta el número de performances, aunque se podría decir que, si se cumplen todas las demás condiciones, un solo oyente atento puede marcar la diferencia entre que una performance tenga lugar o no»¹⁶⁵. Considero esta afirmación una idea desesperada empleada para huir de otra idea fuerte, la de que es imposible que toda la audiencia escuche con atención. Con todo y ello, a Godlovitch se le escapa otra idea imprescindible, la de que ningún oyente atento puede mantener el mismo grado de atención durante una misma escucha; y que cuanto más larga sea la obra a escuchar, más posibilidades existen de que esa linealidad intensa de la escucha desaparezca. Por tanto, a mi juicio, Godlovitch debería sacar al oyente de su ecuación a la hora de definir lo que es la performance, o bien tomar al oyente desde una postura menos conservadora y más alejada de los cánones del oyente atento.

Para resumir este apartado recurrimos a las acertadas palabras del filósofo español Manuel Cruz: «El proyecto liberal burgués, que permitió superar el absolutismo y los restos feudales, ha resultado ser “equivalente a libertad de desarrollo del poder económico”. No nos ha hecho más libres, sino menos (como tampoco nos ha hecho más iguales, o fraternos)». Cruz no es el primero en considerar que el racionalismo ilustrado se debía haber conformado con intentar comprender la naturaleza en lugar de querer dominarla. Una dominación que reproduce la ley natural del más fuerte, «adoptando hacia los objetos “la misma actitud que el dictador adopta hacia los hombres”»¹⁶⁶. Un ideal de la dominación de la naturaleza que «parece haber llegado

¹⁶⁴ GODLOVITCH, *Musical performance...*, p. 47.

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 48. (But increasing the number of listeners does not increase the number of performances, even though one might say that, all other conditions being satisfied, a single attentive listener may make all the difference between a viable performance having taken place or not).

¹⁶⁶ CRUZ, MANUEL: *Filosofía contemporánea* (Barcelona, Random Pinguin House Grupo Editorial, 2019, [2002]), p. 140

a su apoteosis en el mundo actual, en que todos los procesos sociales resultan subsumibles bajo el rótulo único de la globalización»¹⁶⁷.

Veamos ahora cómo se ha prolongado la idea de escucha atenta a través de la música grabada a lo largo del siglo XX.

3.1.1.3. La escucha atenta en la música grabada

La capacidad de la burguesía y la aristocracia de pagar a músicos a lo largo de la historia anunciaba, *vox populi*, un determinado capital económico y social, una demostración ostentosa de la “pérdida de tiempo” asociada a la escucha de música como única actividad a realizar. Poder hacer música por uno mismo y para el disfrute personal o compartido implicaba un estatus que venía dado por el tiempo disponible dedicado al ocio, algo reservado a unos pocos. «El poder de hacer música no es sólo el poder de controlar el tiempo a través del gasto del ocio; es también la licencia para perder el tiempo», afirma Richard Leppert¹⁶⁸. La demostración pública de la escucha en el siglo XIX no sustituye la autoproducción de música en el hogar destinada a pequeños círculos, pero sí supone un estadio mayor de aburguesamiento; una visibilidad que, por otro lado, se ha dado en todas las épocas.

Pero con la música grabada se abrieron nuevas formas de escucha. El advenimiento de la grabación a finales del siglo XIX no vino para sustituir al músico contratado, pero sí añadió nuevas praxis de percepción de la música a través de un aparato asequible al principio solo a una pequeña minoría, pero en progresivo aumento a medida que avanzaba el siglo XX en lo que se dio en llamar el consumo de masas. La grabación estuvo acompañada de la producción industrial y fabril de comienzos del siglo XX, de los procesos mecánicos y el ruido de los motores y de las ciudades, todo ello entendido como un elemento inevitable del progreso. Elementos sonoros que había que incorporar obligatoriamente a la vida cotidiana, aunque no resultase una tarea fácil en sus comienzos. Algunos sonidos incluso debían ser aprendidos. Por ejemplo, los manuales de los coches destinados a las primeras generaciones masivas de automovilistas a comienzos del siglo incluían a menudo secciones que explicaban a los conductores cómo escuchar sus coches. Estos libros explicaban cómo “hablaba” el coche a los conductores con el objeto de encontrar posibles problemas mecánicos¹⁶⁹.

¹⁶⁷ *Ibid.*, p. 141.

¹⁶⁸ LEPPERT, *The sight...*, p. 27.

¹⁶⁹ BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008), p. 77.

Un núcleo de la población que aspiraba a pertenecer a las clases medias, al menos aparentemente, lo lograría gracias a su ingreso en las nuevas formas de consumo cultural de masas en los años veinte del siglo pasado. La grabación, y sobre todo la radio, llegaron para democratizar el acceso a una cultura antes reservada a una élite, pero también para dar forma a un nuevo modelo productivo fordista consistente en llegar a un gran núcleo poblacional centrado en el mayor beneficio por la venta de muchas unidades de productos elaborados a bajo coste.

Son dos los periodos que, a mi juicio, han planteado otras aproximaciones aurales distintas a la escucha atenta alejadas de la actitud contemplativa de la estética burguesa de la música en vivo que hemos visto en el apartado anterior. Una fue la comercialización en masa de la música en la década de 1920, primer desencuentro con la tradicional escucha estético-formalista del diecinueve burgués. Aunque las primeras usuarias de fonógrafos, gramófonos y radios fuesen mujeres estadounidenses de clase media, la década de 1920 ensanchó los horizontes de escucha dirigidos ahora a una cohorte mucho mayor de la población. El brusco abaratamiento de los discos de gramófono entre 1903 y 1906, el desarrollo comercial de la radio en Estados Unidos desde 1922, el auge mundial de la radio tan solo un año después, el surgimiento de los primeros gramófonos portátiles, las primeras grabaciones eléctricas en torno a 1925 y su comercialización, el cine sonoro sincronizado con música y voz, y la explosión comercial de sellos discográficos de carácter global, propusieron a los oyentes de la década de 1920 nuevas formas de acercarse a la escucha de música, ya no vinculadas con la atención de los teatros ni las salas de concierto, sino con el consumo en masa de tecnología del sonido en el hogar y fuera de él. Por otro lado, el cine y la música *muzak* provocaron un fenómeno que, aunque no era nuevo, sí reforzaba el manejo de una determinada música ideada precisamente para no ser escuchada, una música que debía pasar inadvertida¹⁷⁰.

La reproducción de música a través del soporte entregó el control del sonido al oyente, responsable de decidir cuándo, dónde, qué y cómo escuchar. Con la música grabada, el oyente que antes se anclaba a la butaca de la sala de conciertos se despoja de la opresión del espacio físico y el temporal. Esta “liberación” provocó un consumo de la cultura a través de nuevas formas

¹⁷⁰ Sobre cómo el público escucha la música de cine, véase BOSCHI, ELENA: “Desde Unheard Melodies hasta Hearind Film: un recorrido a través de los modelos de escucha” en GARCÍA QUIÑONES, MARTA (coord.), *Música, ciudades, redes: creación musical e interacción social*. Actas del X Congreso de la SIBE. Sociedad Española de Etnomusicología; V Congreso IASPM-España; II Congreso de músicas populares del mundo hispano y lusófono. Editado por Rubén Gómez Muns y Rubén López Cano (Salamanca. SIBE-Obra Social Caja Duero, 2008), pp., 6-8. En este breve artículo Elena Boschi, siguiendo a su vez a Claudia Gorbman, establece dos modos de escucha de música para el público del cine: por un lado estaría la “inaudibilidad”, según la cual la música no está destinada a ser escuchada conscientemente y se subordina a los diálogos y al elemento visual, es decir, que la música se define como elemento secundario de la narrativa. Por otro lado, está la música que se hace visible para expresar emoción: aunque no deje de estar al servicio de la narrativa, la música adquiere un papel predominante que no se oculta.

de escucha tendentes a la distracción, menos proactivas, y que serían pronto el blanco de duras críticas por parte de la “alta cultura” y de un grupo de intelectuales. La década de 1920 muestra los signos más visibles de un público en crisis ante unas nuevas tecnologías que transformaron al oyente indefectiblemente¹⁷¹.

El otro periodo de la música grabada que provocó una irrupción en los modelos de escucha heredados del siglo XIX se abrió camino a comienzos de los ochenta al amparo de una importante industria de la música digital e informática, así como por la portabilidad del Walkman como delineante de una escucha ubicua, móvil, fragmentada, individual y personalizada.

La actitud de escucha ante la música grabada siempre tuvo como único modelo a la música en vivo representada. Existían otros modelos previos de comportamiento de la escucha, pero estaban olvidados pues provenían de épocas anteriores al siglo XVIII de las que apenas existían recuerdos. Esta imitación de la música en vivo supondría un problema para la concepción de la música grabada. Por ejemplo, en su trabajo de 1998, *Le son, Oïir, écouter, observer*, Michel Chion establece diferencias en la escucha entre el sonido en vivo y el sonido grabado. Da a entender que la percepción o la profundidad de la escucha disminuye cuando se trata de grabaciones: «Solamente si el sonido es repetible en un soporte, sigue teniendo necesidad del tiempo para volver a exponerse, y nunca estamos seguros de haberlo oído bien»¹⁷². Esta afirmación trae al recuerdo los postulados acerca de la música mecanizada y los productos de masa de la Teoría Crítica, desde Walter Benjamin a Horkheimer, pasando por Adorno, Fromm o Marcuse. Pero podríamos impugnar las hipótesis de Chion a través de unas preguntas: ¿Qué significa oír bien? ¿Se puede aprender a oír bien? ¿Cómo se hace? Si se da por hecho que existe la escucha buena es lícito pensar que existe una escucha “mala”. También podríamos preguntarnos si los géneros y estilos, si las tecnologías, el ambiente, la ubicación, el estado anímico o la cultura son elementos que condicionen la escucha.

Si, como afirma Chion, poder volver a una música grabada una y otra vez debilita la atención, considero que estamos en plenas condiciones para cuestionar lo mismo de la música de un concierto en vivo, o al menos permítasenos dudar de ello. En la música grabada siempre tendremos la oportunidad de volver al soporte una y otra vez para escuchar un mismo fragmento idéntico o la obra entera si se desea, pero no necesariamente tiene que darse la misma actitud de escucha cada vez que se haga. O dicho en los términos de Chion, con el que ahora sí estamos de acuerdo: «Cuando el sonido se graba y se reproduce, ¿siempre hay una posterioridad del

¹⁷¹ THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 15.

¹⁷² CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 54.

sonido y otra de la escucha? Estaríamos tentados a decir que sí»¹⁷³. Aunque no se trata del mismo tipo de escucha, insistimos en ello. La escucha del directo no permite esa “posteridad”, ni está en manos del oyente poder recurrir de nuevo a ella pues transcurre en el mismo tiempo limitado y desvanecedor para todos a la vez. Por eso, lo que se tiende a valorar en la música en vivo es la escucha como experiencia única, como parte de un evento social simbolizado, pero no por ello necesariamente debe entenderse —al menos no necesariamente— que exista una escucha auténtica u original, adjetivos que recuerdan a la estética romántica proveniente de la autonomía del arte y los conceptos de obra y genio.

Tal vez la sombra de Theodor Adorno sea todavía demasiado larga. Lo que Adorno llamaba escucha funcional no era otra cosa que una escucha intelectual, una provisión de conocimientos teóricos sobre la partitura que aproxima al oyente a una mayor asimilación del contenido musical. El oyente experto es para Adorno el único tipo que realiza «una escucha absolutamente adecuada». Es un oyente «plenamente consciente [...] al que nada se le escapa» y que «rinde cuentas al mismo tiempo de lo escuchado en cada instante». La tipología de Adorno tiene la finalidad de jerarquizar la comprensión del texto musical desde sus parámetros compositivos y los sentidos de unidad, forma y estructura. Pero esta tipología no debe estar referida en exclusiva a la escucha en vivo. Y aunque han florecido múltiples críticas a sus tipos de oyentes, él mismo advierte que su clasificación debe entenderse como algo «meramente ideal; lo cual comparte con todas las tipologías». Sus tipos ideales deben pensarse «únicamente como perfiles cualitativamente indicativos»¹⁷⁴.

La sistematización que hemos formulado en el capítulo anterior tampoco escapa a la idealidad a la que se refiere Adorno, creo que ninguna lo haga. Empero, nuestra tipología no se refiere tanto al oyente y sus cualidades aurales, no se centra tanto en *quién* oye, sino *cómo* oye, cómo es el oyente y cómo su entorno. Nuestra clasificación no obedece a una cuantificación de la escucha sino a una cualificación en base a una serie de observaciones procedentes de la historia, de la filosofía estética, de la historia de la cultura y de la obtención de datos cuantitativos (paradoja metodológica) de organizaciones internacionales de la industria discográfica que no existían en la década de 1940, época en la que escribe Adorno (con la notable excepción de la RIAJ, que recaba datos desde el año 1929). Aunque Adorno confirma afrontar su tipología sobre elementos cualitativos en realidad lo que hace es cuantificar la escucha en base al número de

¹⁷³ *Ibid.* p. 55.

¹⁷⁴ ADORNO, THEODOR W: *Disonancias. Introducción a la sociología de la música* (Madrid, Akal, 2009, [1973]), pp. 177-197.

elementos de una composición que el oyente es capaz de captar, apreciar o discernir. Es decir, establece una jerarquía de la percepción semántica de la música.

Pero volvamos a la grabación. Los primeros registros de música grabada fueron de muy baja calidad, y buena parte del mundo de la música se sentía incómoda delante de aquellos sonidos que intentaban simular, precisamente, a la música de concierto y la música vocal. En el mundo de la música clásica, el fonógrafo no obtuvo demasiados simpatizantes durante los primeros años de existencia. Todo lo contrario. Las melodías reproducidas en el fonógrafo fueron menospreciadas, llamada “música enlatada”, un epíteto peyorativo para compararla con la comida enlatada de la época. En definitiva, productos de la industria conservera que mecanizó su sistema de producción hacia 1860. Para la gran mayoría de oyentes, la música de finales del siglo XIX tenía más en común con una lata de sardinas que con la música en vivo. Dos de los motivos de este fuerte rechazo provino de la propia mecanización de los soportes y del hecho, —una vez más— de que la música grabada sólo disponía de un único modelo al que imitar, la música en vivo del siglo XIX¹⁷⁵.

Las primeras grabaciones sólo podían imitar la “realidad” de las salas de conciertos, pero quedaron lejos de conseguirlo. Aunque desde diferentes perspectivas, la música clásica grabada siempre ha tenido como único espejo al modelo de la música en vivo. Aproximarse lo más posible a la experiencia vivida de las salas de concierto. Paradójicamente, lo que nadie esperaba que fuese a ocurrir, es que la importancia adquirida por la música grabada acabara imponiendo su estética perfeccionista a la música en vivo.

Los desesperados intentos tecnológicos por alcanzar esa simulación resultaron difíciles en la grabación y la reproducción mecánicas, al menos hasta mediados de la década de 1920. La alternativa pasaba entonces por convencer a los oyentes de que las grabaciones debían tomarse en serio, y que en realidad sonaban mejor de lo que se creía, muy parecidas a la música en vivo. Había que convencer y educar a los nuevos oyentes en una nueva actitud de la escucha. Las mejoras en los sistemas de grabación de las dos primeras décadas del siglo XX ayudaron a que

¹⁷⁵ Una ley francesa de 1866 consideraba lícita la reproducción de “melodías musicales” sin la autorización de los autores mediante aparatos como el antifonal de Alexandre François Debain (1846) que funcionaba con tablillas, organillos, cajas de música, pianolas, melógrafo, melótropo, etc. El fonógrafo, al incorporar la voz humana, abrió una brecha legislativa cuya resolución terminaría con la Convención de Berna en Berlín de 1908. Durante los primeros años de la fonografía existió una distinción legal entre las grabaciones con voz y las instrumentales. El fonógrafo, un instrumento esencialmente *parlante*, se diferenciaba del resto de aparatos de reproducción mecánica anteriores en que era capaz de grabar y reproducir la voz humana. Las grabaciones con voz fueron consideradas durante sus primeros años como un equivalente de la música en vivo (*llamada música viva* para diferenciarla de la música grabada o reproducida mecánicamente), mientras que no ocurría lo mismo para las grabaciones exclusivamente instrumentales. Todo ello tuvo que ver con disposiciones legales en cuanto a la copia, la reproducción pública y sobre el copyright y los derechos de autoría intelectual. *Vid.* SZENDY, PETER: *Escucha: una historia del oído melómano* (Barcelona, Paidós, 2003, [2001]), pp. 91-124.

el oyente cambiara notablemente de opinión. Pero este cambio de opinión no provino exclusivamente de las mejoras tecnológicas, sino, sobre todo, de la mano de una red de pruebas de tono que recorrieron las principales ciudades estadounidenses. No se trataba tanto de demostrar la supuesta calidad de los fonógrafos y los gramófonos como de convencer al público, de ayudarles, dirigirles y educarles sobre cómo debían afrontar la escucha de aquellos aparatos y aquellas ruidosas grabaciones. El esfuerzo obtuvo excelentes resultados, ayudando a los oyentes de música grabada a discriminar los ruidos y la ausencia de calidad para redirigir su atención a una nueva forma de escucha. Era una cuestión de creencias más que de hechos. La educación auditiva encontraría en las pruebas de tono sus mejores métodos pedagógicos. Unas pruebas que llegaron a su punto álgido alrededor de 1920, con más de dos mil recitales en todo Estados Unidos y que se suspendieron definitivamente en 1926.

Veamos un ejemplo gráfico. Uno de los anuncios de la Victor Records de 1908 usa la imagen de la cantante de ópera Geraldine Farrar junto a un tocadiscos Victor, con la leyenda: «Which is which? You think you can tell the difference between hearing grand-opera artists sing and hearing their beautiful voices on the Victor. But can you?». (Imagen 9: Anuncio de Victor Talking Machine de 1908 de un gramófono de cuerda de acción mecánica)

Las pruebas de tono presumían de gramófonos que sonaban “idénticos” a la música en vivo. Ayudaron a cambiar la imagen que se tenía de la música grabada para generar una nueva voluntad en el oyente dentro de un ambiente de autenticidad de la cultura musical. También enfatizaban un tipo de escucha crítica y atenta, exigiendo al oyente las mismas competencias que para la música clásica en vivo¹⁷⁶. Así fue como las pruebas de tono se convirtieron en las primeras muestras de la historia de la grabación en las que se exhorta al oyente a escuchar con la misma actitud atenta heredada del siglo XIX.

¹⁷⁶ THOMPSON, EMILY: *The soundscape of modernity. Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1933* (USA, MIT Press, 2004), p. 238.

Imagen 8: Anuncio de Victor Talking Machine de 1908 de un gramófono de cuerda de acción mecánica.

Which is which?

GERALDINE FARRAR

Victor III
\$40

You think you can tell the difference between hearing grand-opera artists sing and hearing their beautiful voices on the *Victor*. But can you?

In the opera-house corridor scene in "The Pit" at Ye Liberty Theatre, Oakland, Cal., the famous quartet from *Rigoletto* was sung by Caruso, Abbot, Homer and Scotti on the *Victor*, and the delighted audience thought they were listening to the singers themselves.

Every day at the Waldorf-Astoria, New York, the grand-opera stars sing, accompanied by the hotel orchestra of sixteen pieces. The diners listen with rapt attention, craning their necks to get a glimpse of the singer. But it is a *Victor*.

In the rotunda of Wanamaker's famous Philadelphia store, the great pipe organ accompanied Melba on the *Victor*, and the people rushed from all directions to see the singer.

Even in the *Victor* laboratory, employes often imagine they are listening to a singer making a record while they really hear the *Victor*.

Why not hear the *Victor* for yourself? Any *Victor* dealer will gladly play any *Victor* Records you want to hear.

There is a *Victor* for every purse—\$10 to \$100.

Victor Talking Machine Company, Camden, N. J., U. S. A.
Hofbauer Organizing Co., District, Exclusive Distributors.

Victor

HIS MASTER'S VOICE

Preserve your records and get best results by using only Victor Needles

Imagen tomada de *The audible past* de Jonathan Sterne, p. 217. En el anuncio se insta a los oyentes a diferenciar entre la voz en vivo de Geraldine Farrar y su voz grabada.

Las pruebas de tono, la grabación eléctrica mediante el uso de micrófonos de condensador a partir de 1925, la incorporación de altavoces eléctricos (primero en las radios y luego en los fonógrafos y los gramófonos), junto a aplicaciones tecnológicas que sembraron el camino al cine sonoro desde el año 1926, sentaron las bases para un cambio en el tratamiento del sonido. La atención se dirigiría a la calidad de las grabaciones, la eliminación de ruidos y la similitud con la música en vivo. Con la grabación eléctrica de mediados de los años veinte se ofreció un

sonido inédito hasta la fecha. Un sonido libre de reverberaciones, con menos ruidos de fondo, más directo, más voluminoso y nítido que el de los fonógrafos y gramófonos mecánicos, aparatos estos que comenzaron a ser considerados tecnología obsoleta¹⁷⁷. Ahora bien, tengamos en cuenta que cada mejora en los avances de la calidad del sonido se ha presentado como si fuese la definitiva.

Al mismo tiempo que esto ocurría en el campo de la tecnología de la grabación y la reproducción del sonido, se levantaron numerosos auditorios y salas de conciertos bajo unas condiciones arquitectónicas que exigieron la misma acústica lograda en las modernas formas de escucha provenientes de la música grabada. Indefectiblemente estas construcciones también debían tener en cuenta las recientes investigaciones en el campo de la acústica llevadas a cabo durante las dos primeras décadas del siglo XX. De esta manera, los desarrollos en los sistemas de grabación influyeron en la acústica arquitectónica hasta el punto de que gran parte de los auditorios construidos durante las tres primeras décadas del siglo XX en Estados Unidos intentaron simular buena parte del sonido registrado en las grabaciones¹⁷⁸. Este sonido inédito, estas nuevas formas de escucha, requerían ser aprehendidas por los usuarios de los medios de masas cuyo compromiso pasaba por reeducar sus oídos.

A lo largo de la historia de la grabación, la tecnología, la ciencia, la cultura y la política han promovido y transfigurado los medios y las formas aurales, han constituido diferentes paisajes sonoros subjetivados y psicologizados, y ha exigido al oyente la necesidad de adaptarse a las condiciones de cada momento histórico, de cada tecnología y cada moda auditiva.

La tecnología no sólo ha cambiado la percepción del oyente, sino la del músico, el productor y el ingeniero de sonido. Entendiendo por tecnología la primera definición de Stephen J. Kline, es decir, aquellas cosas hechas por el hombre y que no es posible hallar en la naturaleza, el cambio de las cuerdas de tripa por las entorchadas, por ejemplo, también obligaron al oyente a adaptarse a los nuevos timbres emitidos por instrumentos de arco. Ahora bien, el paso de una música en vivo a la adopción de una escucha de música grabada fue un cambio excesivamente abrupto que necesitaba de la intermediación con el objetivo de que el oyente aceptara los nuevos medios sonoros.

¹⁷⁷ Para un estudio sobre la evolución del sonido en el paisaje sonoro en Estados Unidos véase trabajo THOMPSON, EMILY: *The soundscape of modernity. Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1933* (USA, MIT Press, 2004). De especial para nuestro trabajo resulta el capítulo 6 “Electroacoustics and modern sound”, pp. 229-293.

¹⁷⁸ Eastman Theatre en Rochester (1923); Chicago Civic Opera Auditorium (1930); Severance Hall en Cleveland (1930); Kleinhaus Music Hall en Buffalo (1940). La construcción de estos auditorios corrió en paralelo a otros factores como el uso generalizado de materiales absorbentes, el deseo de eliminar los ruidos y la reverberación tanto en las grabaciones como en los auditorios, la investigación científica sobre la inteligibilidad del habla y el entusiasmo por el sonido envolvente.

La evolución por conseguir el mejor simulacro de la interpretación en vivo ha sufrido a lo largo del siglo XX una aceleración como ningún otro desarrollo tecnológico anterior. En concreto, a diferencia del periodo analógico —sobre todo antes de la grabación en cinta magnetofónica que permitía cortar y pegar partes de la cinta—, en el estudio de grabación digital no existe el mismo empeño y trabajo que en el estudio analógico, ya que cada elemento de una grabación digital puede ser cambiado *ad infinito* sin perjuicio del resultado final. Esto significa que no hay ningún momento de la experiencia vivida en un estudio de grabación digital que sea capturado para siempre, algo que sí ocurría en la grabación analógica. Cuando la cinta o el disco empezaban a girar, no había vuelta atrás. Se podían grabar tantas tomas y realizar tantos empalmes como el tiempo o el dinero lo permitiesen. Lo que estaba hecho quedaba para siempre, para bien o para mal. Esto hacía de la grabación una experiencia arriesgada que requería de una interpretación y una mezcla perfectas. La era digital, sin embargo, no sólo ha alterado las herramientas con las que trabajar el sonido o la imagen, sino que ha cambiado —y lo sigue haciendo— nuestra propia percepción del proceso de grabación, así como nuestra relación con el tiempo destinado a la interpretación. En este sentido, aquello que se podía escuchar en un estudio de grabación analógico, la sensación de una escucha no relajada era, muy distinta a lo que se percibe en un estudio digital moderno. Aunque solo fuera por el tiempo invertido en cada toma y por el dinero que costaba cada una de las tomas, presuponemos que el músico, el productor y el ingeniero de sonido debieron escuchar con suma atención.

No menos importantes son los contextos y determinados sesgos sociales y culturales a la hora de afrontar una escucha. Escuchar está condicionado por las diferencias en las estructuras sociales, la identidad, la cultura y la ideología. Por ejemplo, la escucha intensa, atenta, vista desde el punto de vista de la Escuela de Frankfurt, se vincula dentro de su Teoría Crítica a un tipo de capital cultural concreto asociado a la cultura burguesa del siglo XIX. Por su parte, la escucha fácil o desatenta correspondería, según Adorno y Horkheimer a estratos sociales de formación más o menos básica, elemental o incluso nula. También vimos cómo eran menospreciados aquellos oyentes emocionales e irreflexivos a los que se refería Hanslick, oyentes que no eran capaces de entender las estructuras íntegras de las obras, «el todo» como dice Adorno.

Para Adorno, los medios de masas han derivado al oyente a una regresión. Y si por regresión entendemos una vuelta hacia atrás, no sabemos muy bien a qué periodo de la historia de la música se estaría refiriendo Adorno; no sabemos a qué periodo nos debemos retrotraer. En realidad, lo que quiere decirnos es que la grabación supuso un retroceso cultural, y que la mejor forma de escucha es la que se dio antes de la fonografía. La música de cine: «Se la percibe únicamente como música de fondo» y «nadie sabe ya escuchar». Para Adorno los medios de

masas han discapacitado al oyente en lo que venía siendo una escucha atenta y estética. El «auténtico escuchar» es «pensar sobre el todo». Un todo éste que conecta con el formalismo de Hanslick mediante el cual solo podía percibirse la obra si se entendía la estructura total de la obra.

En contra de este tipo de escucha, el oyente de los *mass media*, el de la música mecánica, no opone resistencia, acepta todo aquello que se le pone delante por su incapacidad de emitir un juicio crítico. Refiriéndose a las canciones de moda que sonaban en las emisoras de medio mundo, pero sobre todo al ritmo machacón e insistente del jazz, «Todo arte “fácil” y agradable —dice Adorno— se ha vuelto aparente y falaz»¹⁷⁹. La nueva música ha liquidado al individuo, «auténtica rúbrica de la nueva situación musical». Se trata de una «escucha-mercancía», de una «cosificación» que penetra en el oyente y lo posee. La música se ha convertido en fetiche, «se escucha bajo suscripción» y los oyentes se dejan llevar por «reacciones inconscientes». «El escuchar contemporáneo [...] ha retrocedido [...] se ha fijado a una escala infantil», o peor aún «pueril». Se escucha de manera «atomista» y disociada¹⁸⁰. Este es el panorama que dibuja Adorno en la práctica masiva de la escucha ligera de música grabada y radiofónica, aunque también se refiere en ocasiones de forma tácita a la música clásica grabada.

A mi juicio, existen dos problemas serios en el argumento de Adorno. Por un lado, Adorno ataca la música ligera a la que se refiere como «música inferior» por contraposición a la «música elevada», exclusivamente la música clásica: «La referencia de Benjamin a la apercepción del cine en su función de distracción es igualmente válida para la música ligera», asevera Adorno¹⁸¹. Consideraba la música de las nuevas masas sociales un simple medio para el disfrute y el recreo, que aleja al oyente del recogimiento y la concentración exigida en el acto contemplativo. Sus palabras infieren desprecio hacia todo aquello que no sea la alta cultura de su época. Su crítica al jazz es directa y arrolladora. Una música que por otro lado se acogió a la grabación para distribuirse por todo el mundo. En segundo lugar, y relacionado con ello, Adorno identifica veladamente al melómano de música clásica con el oyente estético y al resto de las músicas con los oyentes peor valorados en su tipología jerárquica. Más que enumerar cuáles deberían ser las capacidades de un buen oyente, se dedica a aniquilar al nuevo oyente fonográfico. La

¹⁷⁹ Franco Fabbri aclara que Adorno no se está refiriendo al jazz “puro” de los negros americanos de los años veinte y treinta sino al modelo que él pudo experimentar directamente de ese jazz blanco edulcorado, desprovisto de swing de las orquestas alemanas de la República de Weimar. Un estilo que influyó posteriormente en el cabaret alemán de la década de 1920 y en las canciones de Kurt Weill (1900-1950) y Hasn Eisler (1898-1962) para textos teatrales y poéticos de Bertolt Beecht; véase Fabbri, Franco: “La canzone” en NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica. Vol 4.* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001), pp. 657-568.

¹⁸⁰ ADORNO, THEODOR, W.: “Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha”, *Disonancias*, (Madrid, Akal, 2009), pp. 15-50.

¹⁸¹ *Ibid.*, p. 37.

comparación no da a lugar, puesto que no se puede enfrentar al oyente de música grabada con el oyente de música en vivo.

Yendo más lejos, creemos que en el fondo Adorno no está hablando de oyentes. Sus críticas no están dirigidas a ellos. Adorno se centra en realidad en los estilos y los tipos de música, así como al proceso mediante el cual se escuchan. Creo que, tal vez sin quererlo, Adorno divide la escucha en dos, la escucha en vivo y la escucha mediada tecnológicamente. La primera es la de la música clásica, y la segunda toda la música grabada; y he aquí lo importante, incluso tratándose de música clásica. Digo esto porque los melómanos de música clásica que escuchan la radio o cualquier otro medio de masas no escapan del blanco de sus duras críticas. La comparación música clásica en vivo la equipara a una actitud ideal. En frente, el resto de música y su mecanización vista en sentido peyorativo. Esto nos indica que Adorno está legitimando en cierto modo el estatus de escucha burguesa del siglo XIX, por muy neomarxista que siempre lo hayamos identificado.

La teoría de Adorno no carece del mismo sesgo que el de Hanslick, ni de los prejuicios de los libros de etiqueta del siglo XIX y los hábitos sociales de conducta. Pero también debemos tener presente que Adorno escribió su conocida clasificación en 1936 (aunque publicada en 1962), en una Alemania de entreguerras en la que se estaba produciendo un cambio en la perspectiva de la escucha de la música bajo la influencia de un conjunto de nuevas tecnologías (sobre todo de la radio). Una Alemania que cambia sus estructuras sociales y en las que la clase media-baja comienza a participar de la vida social y cultural, una participación que hasta la década de 1920 había estado reservada en exclusiva a la alta burguesía¹⁸².

En la tercera década del siglo veinte Benjamin percibió cómo el aura en torno a la recepción de la escucha de una obra de arte se había convertido en una escucha distraída por culpa de la música grabada, de la reproducción mecánica¹⁸³. Sin embargo, Benjamin no lo contemplaba en sentido negativo, sino como un cambio político que democratizaba la cultura. Una escucha parcial que fue la consecuencia de medios de masas como el cine, la radio y el gramófono, medios que serán objeto de ataque más tarde por Adorno y la Escuela de Frankfurt en la década de 1940. Para Benjamin, el arte de su época estaba sufriendo una metamorfosis, una transformación esencial que afectaba al propio arte en sí y a su apreciación. Nuevos pasatiempos para una sociedad que perdía la conciencia del arte aurático. De un arte aurático en el que predominaba «un valor de uso para el culto» se llega a un arte «plenamente profano», con un «valor de uso

¹⁸² ZIEMER, HANSJAKOB: "The crisis of listening in interwar Germany" en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 97-121.

¹⁸³ Aunque la mayoría de sus comentarios iban dirigidos al cinematógrafo.

para la exhibición», para la experiencia propiamente estética tendente al hedonismo. Todo ello propició una «recepción distraída» de las obras de arte. En el prólogo a la edición del 2017 del libro de Benjamin *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Bolívar Echevarría refuta la teoría de Benjamin:

[...] buscan [se refiere a “estas nuevas masas sociales”] por el contrario la cercanía profana de la experiencia estética y la apertura de la obra a la improvisación como repetición inventiva. [...] La obra de arte es para ellas [las masas] una ‘obra abierta’ (Umberto Eco) y la recepción o disfrute de la misma no requiere el ‘recogimiento’, la concentración y la compenetración que reclamaba su ‘contemplación’ tradicional. [...] su recepción creativa de la obra de arte, sin dejar de tener efectos profundos, es desapercibida, desatenta, ‘distraída’¹⁸⁴.

Insistimos en que fueron los críticos más ácidos quienes tomaron las palabras de Benjamin para atacar a un tipo de arte que según ellos se estaba convirtiendo en superfluo. Vemos cómo se habla de nuevo de la contemplación “tradicional” como una forma de disfrute de la obra de arte mediante la concentración y el “recogimiento”. La experiencia estética queda relegada al simple disfrute banal para las víctimas de la producción cultural de masas mecanizada, que desplaza al público al desapercibimiento, la desatención y la distracción, motivos recurrentes a lo largo de todo el siglo XX, pero heredados a su vez de la filosofía estética tradicionalista del siglo XIX.

Empero, los textos de Benjamin no siempre han sido bien entendidos. Dice Jesús Martín-Barbero, con el que estamos de acuerdo, que la nueva sensibilidad de las masas a la que se refería Benjamin es la del acercamiento, entendido este como una «larga transformación social, la de la conquista del sentido para lo igual en el mundo», y tal vez gracias a la democratización de la cultura alejada del capital y la ideología liberal que pujaban fuerte en la época¹⁸⁵. Insiste Martín-Barbero en que «de lo que habla la muerte del aura en la obra de arte no es tanto de arte como de esa nueva percepción que, rompiendo la envoltura, el halo, el brillo de las cosas, pone a los hombres, a cualquier hombre, al hombre de la masa en posición de usadas y gozadas»¹⁸⁶. Según esta tesis, Benjamin no se refirió a una pérdida sino a un simple cambio en la percepción promovido por los recién llegados medios de reproducción mecánica, entre los que se hallaba

¹⁸⁴ ECHEVERRÍA, BOLÍVAR: “Prólogo. Arte y Utopía” en BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2017, [1933]), p. 31.

¹⁸⁵ MARTÍN-BARBERO, JESÚS: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (Barcelona: Anthropos, 2010, [1987]), p. 53.

¹⁸⁶ *Ibid.*

la música grabada. Desde esta perspectiva, la mecanización de la música debe ser entendida más como una oportunidad que como un rechazo, más como una metamorfosis que podía conducir al ciudadano europeo de entreguerras al encuentro de una definitiva política marxista.

Nos clara el filósofo ecuatoriano Bolívar Echeverría que lo que H. Horkheimer y Th. W. Adorno se propusieron en el capítulo intitolado “La industria cultural” del libro conjunto *Dialéctica de la Ilustración*, está «En las antípodas de las masas proletarias soñadas por Benjamin»¹⁸⁷. Lo que estos vieron, según Martín-Barbero, fue «una masa de seres sometidos a un estado autoritario, manipulada al antojo de los managers de un monstruoso sistema generador de gustos y opiniones cuya meta obsesiva es la reproducción, en infinidad de versiones de todo tipo, de un solo mensaje apologético que canta la omnipotencia del capital y encomia las mieles de la sumisión»¹⁸⁸. Una idea situada mucho más al extremo marxista de lo que se habría propuesto el propio Benjamin. Luego, la idea que nos ha llegado sobre la depauperización de la obra de arte y la pérdida del ritual del culto no proviene tanto de las teorías benjaminianas como de las críticas emanadas posteriormente por la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt.

El mayor legado de Benjamin fue teorizar la prognosis de una crisis que enfrentaba un abismo que comenzaba a abrirse en la historia de la revolución comunista y el triunfo definitivo de la contrarrevolución capitalista que vivimos actualmente. No se trataba de un vaticinio sino de una profunda diseminación y escrutinio de los factores sociotécnicos que estaban metamorfoseando velozmente las sociedades europeas. Lo que frustró a Benjamin fue la abrupta parálisis del proyecto marxista alejado del crudo socialismo ruso, una utopía que supo anticipar ante la acumulación de los conflictos político-económicos que se vivieron en el periodo de entreguerras.

Las primeras décadas del siglo XX dejaron gran cantidad de comentarios, críticas y especulaciones sobre la inquietud ante la invasión de modos de expresión cultural al amparo de los desarrollos tecnológicos de reproducción musical. Pero aquellas preocupaciones iban más allá de lo meramente tecnológico ya que compartían raíces ideológicas en la previa a la Gran Guerra, así como a su propio desarrollo y la Crisis de 1929. Es cierto que la industria cinematográfica y la fonográfica transformaron determinadas conductas sociales y culturales, pero también lo es el hecho de que están relacionadas con el empleo, los gustos, las modas y la producción fabril. Los famosos “ismos” previos a la I Guerra Mundial (Impresionismo, Futurismo y Cubismo), y las vanguardias del periodo de entreguerras (Dadaísmo, Surrealismo y

¹⁸⁷ BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2017, [1933]), p. 36.

¹⁸⁸ *Ibid.*

Expresionismo) acogieron de buen grado aquellas tecnologías para ser incorporadas en la adopción de “modernas” formas de expresión artística de representación dentro de un mundo altamente inestable. Quizá el caso más representativo sea el futurismo musical que aprendió a incorporar los ruidos provenientes de las calles, las fábricas, la industria fabril, la guerra o cualquier otro sonido del precipitado crecimiento de las ciudades, cuyos urbanitas aprendían emocionados el manejo de los extraños aparatos de reproducción del sonido, la conducción del Ford T, el manejo del teléfono y el refrigerador.

La peor consecuencia económica de la mecanización fue que muchos músicos que acompañaban al cine mudo pronto fueron sustituidos por gramófonos que, escondidos detrás del telón, resultaban más baratos y obedientes. Algunos músicos, los menos, serían contratados para grabar en los nuevos estudios; otros, la mayoría, engrosaron las listas del paro en muchos países, sobre todo en Francia, a pesar de haber sido la cuna del cinematógrafo. Estados Unidos sufrió en menor medida esta crisis artística-contractual. En la posguerra, a Estados Unidos le tocó vivir momentos de desarrollo económico y científico. Kilómetros de celuloide provenían de su industria y al término de la Primera Guerra Mundial, la mitad de los cines de todo el mundo estaban en Estados Unidos¹⁸⁹.

Cuando la música grabada se incorporó al celuloide comenzó a ser vista como un añadido que reforzaba la imagen, como una especie de música de fondo, una música cuya función era secundar y servir. Los músicos más afortunados, los que menos fallaban en sus interpretaciones, fueron llamados a las sesiones de grabación, pero una vez finalizada volvían a engrosar las listas del paro hasta nuevo aviso. Antes de la grabación sonora, estos músicos (pianistas amateurs en las salas pequeñas y orquestas y bandas en los teatros más grandes), tenían trabajo al menos dos o tres veces por semana aún en las localidades más pequeñas. En las ciudades más grandes se proyectaba todos los días de la semana con una orquesta de hasta cuarenta componentes que podían vivir exclusivamente de esta actividad.

Por otro lado, con la sincronización entre la música enlatada y el cine, los directores se aseguraron un mayor control sobre la producción, cerciorándose de que en todas las proyecciones sonara su banda sonora, con las consecuencias nefastas que ello tuvo para el músico de directo¹⁹⁰.

¹⁸⁹ Por dar un dato relevante, el 85% de las películas que se proyectaban en Francia en la década de 1920 eran norteamericanas; PAREDES, JAVIER (Coord.): *Historia universal contemporánea*. Vol. 2. (Barcelona, Planeta, 2011, [1999]), p. 551.

¹⁹⁰ A mi juicio, son dos las épocas en que los músicos sintieron fuerte la sacudida de la tecnología en el cine. Una ya se ha dicho, la incorporación de la grabación sonora como sustituto del músico en vivo. La segunda, la utilización de los sintetizadores a partir de la década de 1970. El sintetizador sustituyó al músico de grabación. Ya

El mal llamado cine sonoro provocó nuevos modos de escucha en las salas cinematográficas¹⁹¹. Si en los primeros años la música fue usada principalmente para tapar el ruido espantoso del proyector, calmar al espectador en la oscuridad de la sala, crear un *continuum* que unificase la sucesión discontinua de filmes, mantener ocupado el oído, desviar la atención de los ruidos que se producían en la propia sala de proyección, ayudar al carácter de espectáculo ferial que tuvo el cine en sus inicios y ayudar a la percepción del tiempo del cine mudo, pronto hubo que educar y redirigir al espectador hacia un tipo de visualización del film en silencio en la que la música debía adquirir ahora su importancia¹⁹². No se trataba de apreciar tanto la música como dejar que la música estuviera al servicio de la película reforzando situaciones, argumentos, diálogos, etc., Una música de acompañamiento a la imagen que invitaba al silencio.

Tampoco fue bien vista la reproductibilidad técnica en un círculo de músicos y directores de orquesta¹⁹³. Por ejemplo, el director alemán Wilhelm Furtwängler se solía quejar de una «parálisis» de la vivencia musical por culpa de la música mecánica. Según él, «parece como si —hablando metafóricamente— el elemento de perspectiva espacial de la música, mediante el cual se regula la relación entre las distintas voces, no llegara en el disco a surtir el efecto deseado»¹⁹⁴. También se quejaba de los grados de intensidad de los matices, los *tempi* y las pausas, que no contenían el mismo efecto que la música en directo, ya que en algunas ocasiones eran transformadas por la necesidad de acomodarse a las diferencias acústicas de las salas de conciertos y los estudios de grabación. Contradictoriamente, sin llegar a negar completamente la importancia de las grabaciones (Furtwängler llegó a grabar cerca de 500 obras), se preguntaba «¿es la música reproducida de manera mecánica la misma música que antes se interpretaba de forma viva por músicos vivos?». Para Furtwängler, la grabación de la música modificaba determinadas prácticas interpretativas que debían adaptarse a las técnicas de grabación: «cuanto más se aproximaba la interpretación al disco perfecto, que todo lo sabe y escucha, más pobre en vida inmediata, en “vitaminas”, si se quiere, se volvía la ejecución misma». Es este un buen ejemplo que demuestra hasta qué punto la grabación influyó sobre la música en vivo.

«El problema sociológico nace cuando, con la invención del disco y del gramófono, con la producción industrial de estos instrumentos y con la creciente asequibilidad económica del

ni siquiera hacían falta músicos para hacer música. Para un análisis más profundo del tema véase, MICHAEL CHION, *La música en el cine* (Barcelona, Paidós, 1997).

¹⁹¹ Mal llamado sonoro porque el cine casi siempre ha tenido música como acompañamiento.

¹⁹² CHION, MICHEL: *La música de cine* (Barcelona, Paidós, 1997), pp. 37-108.

¹⁹³ Algunas excepciones fueron Arthur Honegger (*Napoleón*, 1927), Camille Erlanger (*Suprême Épopée*, 1919), Erik Satie (*Entr'acte*, 1924), Paul Hindemith (*Vormittagsspuk*, 1928), Florent Schmitt (*Salammbô*, 1925), Darius Milhaud (*L'Inhumaine*, 1925), Prpkoviev (*Lieutenant Kijé*, 1932), Shostakovich (*Novy Babilon*, 1929), etc.

¹⁹⁴ FURTWÄNGLER, WILHELM: *Sonido y palabra. Ensayos y discursos (1918-1954)*, (Barcelona: Acantilado, 2012, [1982]), pp. 33-38.

producto, el consumo de música reproducida se convierte en asunto de masas»¹⁹⁵. Estas palabras del filósofo italiano Umberto Eco viajan hasta finales de la década de 1960 en la senda abierta por Benjamin y Adorno. Resultaba un problema para Eco porque: «Contribuye a embotar la sensibilidad y a reducir la música a un objeto que ya no es de “audición” consciente, sino de trasfondo sonoro “percibido” como complemento habitual de otras operaciones domésticas». La sensibilidad y la escucha consciente a la que se refiere Eco, no sólo se mueve dentro de conceptos psicológicos. Sus palabras desprenden un cierto halo intelectualista ligado al mismo capital cultural al que se había hecho referencia desde la Escuela de Frankfurt. Inferir un aura a la música en vivo para negárselo a la música grabada no deja de ser un constructo ideológico que, al fin y al cabo, procede de la tradición burguesa del siglo XIX. ¿O a caso la escucha anterior a la reproductibilidad técnica era más consciente y sensible que la de ahora? ¿Acaso la asistencia a conciertos no era para algunos más que un pretexto para el encuentro social, los negocios, las apuestas en juegos de azar, el chismorreo, el flirteo o la política? ¿Acaso no fueron los palcos testigos de ocultos encuentros carnales?

El propio concepto de escucha atenta conlleva en sí la naturaleza de una raíz intelectual ligada a la música clásica que nace representada en las salas de conciertos. Hoy en día, sin embargo, según Marta García Quiñones se está produciendo un «recalibrado» de la escucha atenta que es consecuencia de tres factores. El primero, la «apertura a diversas formas de recepción y participación en otras culturas musicales». Un recalibrado que, añadimos, forma parte de la red de conexiones a Internet y de la participación de la sociedad en red y la información digitalizada, pues juntas generan interesantes intercambios de contenido mediático. El segundo factor para este cambio en la conducta de la escucha proviene, según Quiñones, de la propia tradición de la música clásica que está renovando sus fundamentos teóricos. No podemos estar más de acuerdo pues, como nosotros mismos dijimos antes, la musicología se ha incorporado recientemente al debate de la escucha. Y, en tercer lugar, las consecuencias en las nuevas modalidades de escucha están inducidas por los avances tecnológicos de grabación, reproducción y difusión desde finales del siglo XX¹⁹⁶. De la misma manera que el CD, internet, el iPod o el *streaming* han cambiado nuestra forma de escuchar música, el fonógrafo, el gramófono, la radio y el cine, hicieron lo mismo a comienzos del siglo XX. Si los medios de distribución,

¹⁹⁵ Véase “La música reproducida”, “La producción mecánica de música de consumo” y “La producción mecánica de música culta” en ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Grupo Editorial, 2016, [1968]), p. 338-349.

¹⁹⁶ GARCÍA QUIÑONES, MARTA: “El cuerpo en los discursos sobre la escucha musical” en Yolanda Aixelá et al. (eds.), *Desvelando el cuerpo. Perspectivas desde las ciencias sociales y humanas* (CSIC, ed. Alta Fulla, 2010), p. 174-175.

reproducción y acceso cambian, también lo harán sus modelos de escucha. Así, el recalibrado de la escucha atenta proviene de la apertura a nuevos horizontes culturales, la refundición de la propia epistemología historiográfica en nuestra disciplina y el uso de nuevas tecnologías que inducen a la exploración de inéditos territorios de escucha.

Como indica García Quiñones, los hábitos de escucha pública que se han impuesto desde la modernidad tienen tanto que ver con la vista como con el oído: sobre todo desde el nacimiento de la ópera como espectáculo audiovisual con acceso al público en la Venecia de 1637¹⁹⁷. Es indiscutible que lo visual y lo aural provocan los efectos necesarios en el consumo de cultura, pero el tipo de escucha típica de Occidente es heredera de un modo de escucha preferentemente entendido como un proceso mental que no excluye aspectos subjetivos, es decir, no como algo simplemente corporal o fisiológico, sino que contiene una fuerte carga de la filosofía de la estética desde al menos el siglo XVIII.

Lo que entendemos en la cultura Occidental como escucha atenta, estética o contemplativa es pues la construcción del proceso intelectual y social que proviene de la autonomía estética de la obra de arte y esta a su vez, —y esto es nuevo en nuestro discurso—, de la autodeterminación del individuo como paradigma ilustrado del siglo XVIII¹⁹⁸. Más aún, la escucha atenta no solo obedece a la filosofía estética y a la optimista concepción de la autodeterminación ética del hombre ilustrado, sino que posee componentes de carácter ideológico, económico y político. En consecuencia, al escuchar estamos llevando a cabo un acto de interpretación, una hermenéutica de la recepción y la percepción auditiva que fusiona el pasado con el presente, que los *fusiona* que diría Hans-Georg Gadamer. En otras palabras, si la escucha obedece a procesos históricos que son susceptibles de interpretarse, entonces el estudio de la escucha que podamos hacer hoy será el resultado de la fusión de horizontes entre el pasado y nuestro presente. Esto es lo mismo que decir: nadie escucha de cero. En palabras de James Johnson:

la historia cultural de la escucha abarca el cambio en la respuesta estética y el comportamiento del público. [...] no podemos escuchar una sinfonía de Haydn del mismo modo que lo hacían los contemporáneos de Haydn. El significado musical no existe objetivamente en la obra, ni siquiera en las intenciones de su compositor. Reside en el momento particular de la recepción, que está moldeado por las expectativas estéticas y sociales dominantes, que a su vez están estructuradas históricamente. Parafraseando al filósofo Hans-Georg Gadamer, el significado se produce cuando

¹⁹⁷ *Ibid.*, pp. 169-179.

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 172.

el sonido se encuentra con el prejuicio. Esa palabra cargada de "prejuicio" es importante, porque nos recuerda que no hay significado musical sin interpretación¹⁹⁹.

Yendo más lejos, desde una perspectiva antropológica podría afirmarse que los modos de escucha occidentales no se corresponden con los de otras culturas, etnias y grupos raciales, que, por otro lado, serían difíciles de entender y de encajar desde nuestra perspectiva eurocéntrica. En el volumen *The cultural Study of music*, editado por Martin Clayton, Trevor Herbert y Richard Middleton, autores de la talla de Simon Frith, Ruth Finnegan, Eric F. Clarke y Nicola Dibban insisten en la importancia de la escucha ordinaria y cotidiana desde una perspectiva etnomusicológica y etnográfica. Una escucha sencilla y natural, alejada de las ataduras clasistas. En el mismo volumen, tanto Nicholas Cooke, como Lawrence Kramer y Antoine Hennion, sin abandonar la perspectiva del estudio de la cultura propia del libro, consideran que la aparente autonomía de las obras musicales que conforman el canon musical occidental y las prácticas de escucha comprometida para su apreciación, son más bien casos atípicos, poco frecuentes y contingentes, teniendo en cuenta los diversos modos de escucha desde la perspectiva de otras culturas²⁰⁰.

Los modos aurales provenientes de las salas burguesas del siglo XIX que estuvieron amparados en determinados escritos literarios, la crítica y diversa hemerografía, terminaron empoderándose en la música grabada a lo largo de todo el siglo XX. A ello debemos añadir que los primeros pasos de la musicología como nueva ciencia, contribuyó en sus inicios a enaltecer esa actitud contemplativa, al mismo tiempo que consolidaba el manido y reducido canon de compositores (*genios*) y obras (*opus*). Un tipo de escucha artística en la que no participa el cuerpo ni la espontaneidad, en el que se debe estar en absoluto silencio y respetar las pausas hasta el aplauso final. El aplauso final, único momento de participación del oyente en el espectáculo de Occidente. Desde la perspectiva del sociólogo francés Pierre Bourdieu, el propósito final era legitimar un determinado modelo de orden social²⁰¹.

A pesar de las múltiples quejas de Benjamin, Adorno y Eco por la distracción de la escucha derivada de la producción de la mecanización de la música, la tecnología de los años cuarenta, cincuenta y sesenta, no hizo otra cosa que ayudar a reconfigurar la idea de escucha contemplativa y atenta, si es que alguna vez se perdió por completo. ¿Cómo lo hizo? Gracias a dos cosas: por un lado, con el apoyo que siempre había recibido desde la musicología y por otro, por la

¹⁹⁹ JOHNSON, JAMES: *Listening in Paris. A Cultural history* (University of California Press, 1995), p. 2.

²⁰⁰ CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003).

²⁰¹ *Ibid* 174.

publicidad y la comercialización de aparatos de alta calidad o Hi-Fi (High Fidelity). Estos aparatos intentaron recrear la acústica y la experiencia sonora de las mejores salas de conciertos, como siempre se había buscado, con la diferencia de que ahora la simulación era muy real. Esta tecnología de la alta definición tuvo como destinatario desde sus inicios en los años sesenta y setenta, a un perfil consumidor bien definido: el varón blanco occidental de clase media y media-alta²⁰².

El Hi-Fi sigue siendo hoy un buen reclamo promocional, aunque ya no sirva tanto como modelo de distinción y de consumo de la ostentación (Lipovetsky, 2007). Este interés distintivo decayó desde finales de los setenta, pero sobre todo lo hizo con la llegada de los primeros reproductores portátiles de MP3 a finales de siglo. Estos desarrollos tecnológicos dieron como resultado nuevas aproximaciones aurales cuyo interés estuvo enfocado a la portabilidad de la escucha, la instantaneidad y el acceso, dejando de lado en cierto modo aquella actitud contemplativa y místico religiosa asociada tanto a la música en vivo como a la música grabada²⁰³.

Por último, la escucha repetida de una misma obra de música en vivo es considerada generalmente por los estructuralistas y formalistas del diecinueve, condición *si ne qua non* para acceder al conocimiento de la música, sus parámetros y la apreciación estética, como hemos visto en el apartado anterior. Sin embargo, esta idea no influyó de la misma manera en lo que se refiere a la música grabada. Por ejemplo, Michel Chion, considera que:

La re-escucha (multiaudición) permitida por el sonido fijado no es como filmar el paisaje y luego tener el medio de volver en cámara lenta. Más bien equivale a permitir rehacer a voluntad el mismo trayecto, pero en condiciones muy precisas [...] Lo que queremos recordar, con esta comparación retorcida, es que no hay sonido congelado²⁰⁴.

Con esta afirmación, Chion sugiere que el hecho de poder recurrir a una grabación en repetidas ocasiones podrá plantarnos de nuevo ante el sonido, pero no hará que lo percibamos mejor. El paisaje que dibuja la grabación es siempre el mismo, y esto esquilmaría en principio la profundidad de la escucha.

²⁰² Estas décadas coinciden con lo que Lipovetsky llamaba la Fase II del capitalismo de consumo en el que el consumo llega a capas sociales más amplias, en la que se construye la sociedad de consumo de masas y se prepara la psicologización e individualización de los modos de vida de la fase posterior que a su vez coincide con la llegada de la música digital.

²⁰³ Veremos en el siguiente capítulo que la nueva cultura del agudo ha reducido considerablemente el interés por el HI-FI.

²⁰⁴ CHION, MICHEL: *El sonido. Oír, escuchar, observar* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 57.

Esta es una tesis que no compartimos. Existen varios ejemplos que demuestran lo contrario. Por ejemplo, la escucha de fonógrafos y gramófonos en la casa burguesa de finales del siglo XIX y principios del XX en donde los oyentes se vestían para la ocasión y mostraban una actitud propia de la escucha burguesa del concierto, cuyas obras seguramente no se escuchaban una única vez. O la escucha de música a través de la línea telefónica que se puso de moda en los años ochenta del siglo XIX con el Théâtrophone. (véase Imagen 10: Cartel publicitario del Telephonische übertragung por Munich Ludwig Hohlwein (1874-1949). Pero la mejor replica a la hipótesis de Chion la encontramos en Nicholas Cook cuando afirma, en *Beyond the Score* (2013) —siguiendo a su vez a Mark Katz en *Capturing Sound* (2004)— que «la grabación da forma a la manera en que pensamos sobre la música»²⁰⁵. Algo que ya advertía Tomás de Aquino en el siglo XIII: *Quidquid recipitur, recipitur ad modum recipientis*.

Imagen 9. Cartel publicitario del Théâtrophone de Les Maitre de Láffiches de Jules Chéret (1896) y cartel del Telephonische übertragung por Munich Ludwig Hohlwein (1874-1949)



Fuente: <https://en.wikipedia.org/wiki/Théâtrophone> y <https://sammlungonline.muenchner-stadtmuseum.de/objekt/telephonische-uebertragung-der-muenchener-staatsoper-originaltitel-10224077.html>

²⁰⁵ COOK, NICHOLAS: *Beyond de score* (Nueva York, Oxford University Press, 2013), pp. 378-379.

El cartel de Ludwing Hohlwie titulado, *Telephonische Übertragung der Münchener Staatso-per* (impreso por H. Sonntag Muich/Bruchsal, litografía, no. C 4/37) representa a un hombre escuchando una de las óperas emitidas vía telefónica en Munich en la década de 1920. La actitud del oyente es la heredada del siglo XIX para la música clásica pero que no sería globalmente aceptada hasta alrededor de 1900. Fíjese en el fondo con las imponentes imágenes de la máscara mortuoria de Beethoven y la cabeza de Richard Wagner usados como iconos.

En la imagen 11 se puede observar un aparato de música junto a la cristalera, un hombre mira por la ventana en un día lluvioso, sostiene un libro en la mano, fuma en pipa y parece mostrarse en actitud seria en lo que parece una escucha atenta.

Imagen 10. *Functional* de Osbert Lancaster's *Homes Sweet Homes* (1939:77)

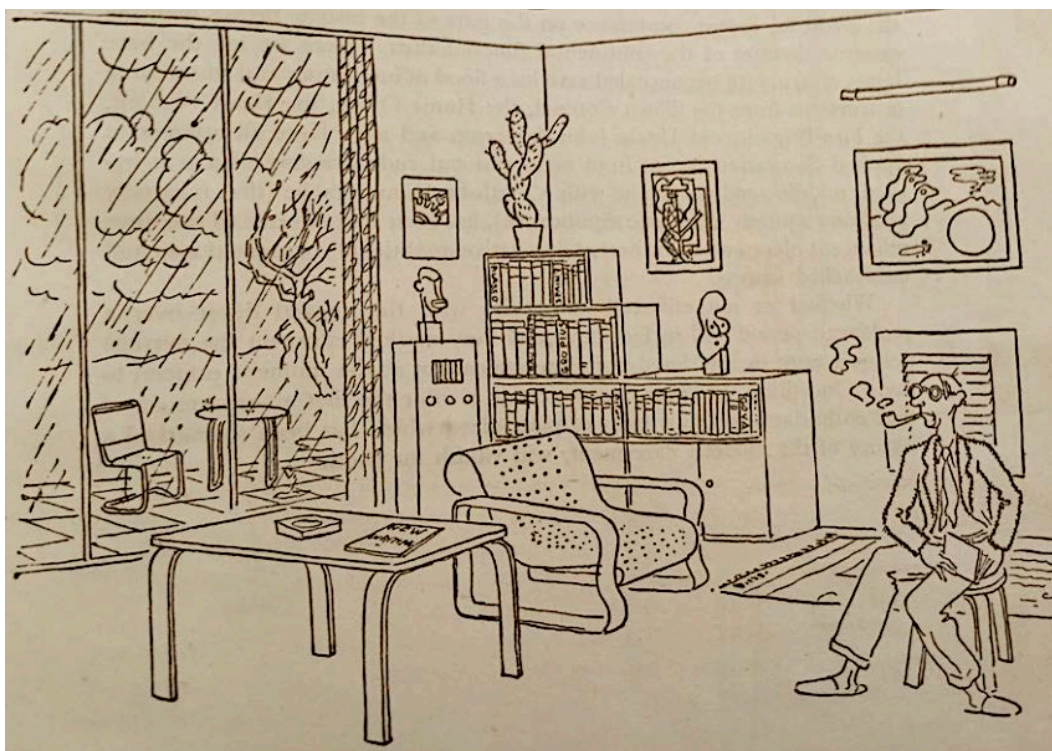


Imagen tomada del libro *Beyond the sound* (2013) de Nicholas Cook, p. 215.

Por lo que hemos visto hasta ahora, el principal problema en cuanto a cómo se debería escuchar la música, o si debiera o no haber tipos de oyentes mejores y peores, siempre ha sido el de intentar entender la escucha actual con los parámetros estilísticos y aurales del diecinueve burgués. Una sección de la etnomusicología ha procurado terminar con esta polarización introduciendo la validez de un tipo de escucha despreocupado, no intelectual y centrado en el simple disfrute emocional. Un tipo de escucha que, además, es mucho más practicada en el mundo no occidental de la música popular, y quién sabe si también en la música clásica. Si definitivamente podemos desligar la música del concepto de obra y su ideal romántico de arte autónomo, si

bajamos del pedestal la historia biográfica de los genios, si tenemos en cuenta que la funcionalidad de la música no tiene por qué ser algo negativo, si dejamos de lado por un momento la historia tradicional de la recepción al margen de la música en vivo, tal vez estemos en condiciones de entender que las diversas aproximaciones a la escucha de música son múltiples, y que ceñirse al modelo escucha atenta-distraída constriñe los límites de cualquier estudio.

Imagen 11. Anuncio de la Columbia Graphophone “Mignonette”.

4 McCLURE'S MAGAZINE [APRIL

COLUMBIA



RECORDS

Double-Disc

New Columbia Double-Disc Records go on sale the 20th of every month.

65 cents is the standard price—there are more than a thousand double-disc Columbia records at that price, in every class of music, dance, vocal and instrumental.

Go to your nearest Columbia dealer to-day. Ask to hear any records you like from the big Columbia Record catalog—more than 4000 to choose from—he'll be glad to play them.

Columbia Records played on the Columbia Grafonola produce that superb beauty of tone that distinguishes the Columbia as the finest musical achievement. But Columbia records will play on any machine—their richness, fidelity and true musical qualities are a tone revelation.

Columbia Graphophone Company
 Box D-213, Woolworth Building New York City
 Toronto: 365-367 Sorauren Avenue



Columbia Grafonola "Mignonette" with individual record operator \$170; with regular record rack, \$100. Other models, \$17.50 to \$500.

The Marketplace of the World for Guaranteed Goods.

Anuncio del Graphophone “Mignonette” de la Columbia Graphophone Company aparecida en la revista *McClure's Magazine*, febrero de 1915, p. 4

El sociólogo y filósofo alemán Hartmut Rosa compara la experiencia que supone la escucha de música en sentido general con la contemplación de un atardecer, estar enamorado o disfrutar un orgasmo. La importancia de estas experiencias resonantes es que convergen en su carácter fugaz, «porque quien se conmueve es plenamente consciente de su propia transitoriedad insuperable y de la imposibilidad de fijarla»²⁰⁶. Podemos suponer que Rosa se refiere a la música en vivo ya que la música grabada, al fijarse en soporte, hace desaparecer, precisamente, ese carácter efímero. En principio, parece que Rosa confiere a la música en vivo un carácter auténtico, único, original e irrepetible que se pierde en la música grabada al convertir la experiencia de la escucha en un acto de fijación y postergación:

De hecho, justamente cuando se intenta obtener disponibilidad instrumental y control sobre estos segmentos del mundo, acumularlos, maximizarlos u optimizarlos, se destruye la experiencia de resonancia como tal. Quien intenta escuchar su música preferida con frecuencia cada vez mayor esperando aumentar su calidad de vida dejará de tener experiencias de resonancia con aquella²⁰⁷.

El carácter efímero y transitorio no estaría compartido por la música grabada ya que al quedar “fijada” en soporte, al ser grabada, la transitoriedad del acto se pierde, y como tal, la relación resonante del hombre con el mundo. Sin embargo, «[...] también las experiencias musicales de resonancia están dinamizadas o temporalizadas: el momento de una sinfonía, de un aria, de una canción (o de un baile) que aparece como apoteótico se realiza como radical y siempre ya transitorio; y lo mismo sucede con un orgasmo»²⁰⁸. Aunque partimos de demasiadas suposiciones que Rosa no concreta (ni tiene por qué hacerlo ya que se dedica a otra cosa), su lenguaje parece situar la experiencia de una música en vivo por encima de la música grabada. Y, sin embargo, Rosa no se limita a citar la sinfonía y el aria como experiencias cuasi-orgiásticas, ni a comparar la música en vivo con la música grabada, sino que incluye la escucha de la canción popular como una vivencia resonante. Al tomar esta decisión, Rosa no está diferenciando entre géneros y estilos a la hora de encontrar la experiencia resonante de la música con el hombre²⁰⁹. A la

²⁰⁶ ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]), p. 158.

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 225.

²⁰⁸ *Ibid.*

²⁰⁹ Agradecemos a Alexis E. Gross la aclaración sobre la traducción del término *lied* en este pasaje del libro de Rosa. En conversación por correo electrónico Gross nos confirma que se trata del Lied entendido con el término genérico de canción; [conversación personal por correo electrónico, 13 de agosto de 2020].

forma paradigmática de experiencia de resonancia en la música, a «la conmoción de la escucha, la fluidificación de la relación con el mundo en esa experiencia» se llega, no con

el que busca, por ejemplo, melodías esotéricas del «bienestar» o en la «música de ascensor» sino cuando, detrás de las disonancias y las tensiones tonales o rítmicas —en el acontecer dramático de la ópera, en la tristeza abismal de un réquiem—, el mundo comienza de pronto a cantar e indica algo así como una «superación». En este tipo de tratamiento del material musical radica el arte de la música occidental: pero, según creo, este principio también se encuentra en el *heavy metal* tardomoderno²¹⁰.

Entonces, que el individuo experimente la resonancia con el mundo a través de la escucha de música no dependerá tanto del tipo de música como de la capacidad de tensión y distensión que pueda ser percibida. Por eso excluye Rosa músicas como el muzak o las músicas para la relajación, la meditación, y otras por el estilo. En suma, lo realmente importante en la teoría de Hartmut Rosa es la capacidad que concede a la música como elemento que facilita la experiencia de resonancia entre el hombre y el mundo a través de la escucha: «La música parece haberse convertido en algo así como el aglutinante universal del vínculo tardomoderno con el mundo»²¹¹. La música es el pegamento universal, el enlace y la bisagra que guía al individuo tardomoderno a encontrar su resonancia con el mundo.

Si la única vía resonante de la música se produce a través de tensiones y disonancias, podemos entender que cuanto mayores sean las tensiones y las disonancias mayor será la experiencia resonante de la escucha. O que cuanto más conscientes seamos de la existencia de estas tensiones, más cerca estaremos de esa experiencia. Pero ser más consciente, experimentar las tensiones, es en definitiva tener un conocimiento musical o una educación auditiva lo suficientemente práctica como para diferenciar el lugar que ocupan las disonancias armónico-rítmicas y las tensiones. Aunque no creemos que es esto a lo que se refiere Rosa, en este sentido, su teoría de la música tensionada como mejoradora de la resonancia, estaría avocando a millones de músicas y oyentes hacia una alienación más que a la resonancia. Al fin y al cabo, asumir que la resonancia favorable se produce a través de la tensión que ofrecen la música clásica y el heavy metal es dejar a un lado toda la música que proviene de la cultura pop, y podría interpretarse como un intento, tal vez inconsciente, de establecer criterios diferenciales entre alta y baja cultura, entre

²¹⁰ *Ibid.* p., 244.

²¹¹ *Ibid.* p., 88. ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]), p. 88.

lo auténtico y lo espurio, o por usar los términos del propio Rosa, entre la resonancia y la alienación.

El debate no se debería centrar en la pérdida de un valor cultural, ni de la deslegitimación de rituales y tradiciones culturales, ni tan siquiera del aura que supuestamente libera la música en vivo —como siempre se ha entendido a través de los escritos de Benjamín y más tarde de Adorno, Umberto Eco o Jean Baudrillard—. Más bien, deberíamos hablar de un cambio de paradigma en las conductas sociales que la música fuerza a adoptar como consecuencia de la grabación y la reproducción del sonido: la adopción de nuevos modos aurales que deben ser entendidos desde su propia perspectiva social, cultural, y musicológica, no desde la música por sí misma. Conductas que reflejan estadios de interacción, de acceso, de intercambio, y otras formas de economía política de la música. La escucha de todo el siglo XX y lo que llevamos del XXI debería haberse desprendido paulatinamente de la opresión ejercida por la imitación a la supuesta realidad y el peso estético sustentado por la autenticidad y la originalidad del sonido de las salas de conciertos. La música grabada debería ser entendida y analizada en sus propios términos. También debería ser entendida en sus propios modos de percibirla.

Las variantes metodológicas para el estudio de la música no han tenido todavía en cuenta el sonido en sí —me refiero al sonido musical— como objeto sonoro de análisis y fuente primaria. Además, somos conscientes de que se nos puede acusar de habernos alejado demasiado del peso de la tradición europea de la musicología, y que ésta pueda juzgar nuestra ausencia del estudio de las obras y los compositores como un método espurio que le es más propio a la historia cultural y social que al campo de la musicología. Correremos ese riesgo.

3.2. PREPARACIÓN FORMATIVA A UNA ESCUCHA ATENTA

La escucha atenta y continua no existe, siempre tendrá fisuras. Ahora bien, tampoco podemos negar que una escucha que tienda a la mayor atención posible requiera de una audición inteligente, o mejor dicho, de una cierta preparación. Sin embargo, y aunque parezca que nos contradecemos con lo dicho anteriormente, cuando hablemos de una escucha provechosa no estaremos asumiendo las tipologías de Adorno ni la mayor o menor apreciación de estructuras, armonías o melodías. Es decir, escuchar con atención no tiene por qué estar asociado a la escucha estructural, puede valer con sacar al oyente de su zona de confort²¹². Una zona de confort que cada día parece exigirle menos al oyente.

A pesar de que se han realizado muchas investigaciones sobre la realidad de la escucha cognitiva de la estructura, sobre todo en lo que se refiere a la estructura a gran escala, no hay apenas evidencias científicas en las teorías cognitivas que demuestren que estas estructuras jerárquicas desempeñen un papel importante en la apreciación estética de la música por parte del oyente. Con esta afirmación estamos separando los conceptos de escucha estética y escucha estructural que venían emparejados desde el siglo XIX. Ahora bien, el conocimiento previo, dada la experiencia personal, social o educativa, puede preparar una actitud que lo aproxime a una apreciación estética de mejor manera que para el lego. Y aunque parezca, insisto, que nos contradecemos con lo dicho sobre la esteticidad de la escucha burguesa, lo que queremos diferenciar es el supuesto factor de superioridad que siempre se le ha concedido a este tipo de escucha frente a otros modelos. ¿Acaso tiene más probabilidades de alcanzar el disfrute estético aquel que conozca los entresijos de la composición y la forma?²¹³

Un especialista en pintura tendrá una visión más nítida de lo que ve, de igual manera que un escultor podrá apreciar mejor un relieve que un profano en el asunto. A nadie se le ocurriría contradecir al experto en cuestión. Sin embargo, con la música, accesible, consumible, democratizada al alcance de todos, no parece ocurrir lo mismo: todo el mundo opina y se muestra legitimada para ofrecer sus juicios de valor. La opinión que se recrea en el gusto será totalmente lícita pero no aquella que contenga juicios de valor añadidos; mucho menos si contiene juicios formales, estructurales o estéticos.

²¹² DIBBEN, NICOLA: “Musical materials, perception, and listening” en CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), pp. 193-203.

²¹³ Véase GIOIA, TED: *Cómo escuchar jazz* (Madrid, Turner Publicaciones, 2017, [2016]). Este manual (así lo llama el propio Gioia) es un recorrido por la escucha del jazz a través de la historia, los intérpretes más relevantes y los estilos. Gioia insiste en sacar de la zona de confort al oyente para ponerle en el camino hacia escuchas más difíciles como puede resultar de la escucha del *hardbop* o el *freejazz*.

Es evidente que una buena preparación formativa posiciona al oyente en un estadio más cercano de comprensión de los fundamentos de la música, pero esto no es óbice para que la contemplación estética pueda darse en otros niveles de comprensión. Comprender y contemplar no tienen porqué ir necesariamente de la mano. Y, sin embargo: «¿Qué ocurre si nuestra percepción de las cosas es aguzada?», se pregunta Michel Chion. Ocurre que: «Nuestra relación con el mundo cambia, las informaciones que recibimos, que son la materia con la cual fabricamos nuestras opiniones y nuestros pensamientos, son más ricas y diversificadas»²¹⁴. La agudización de la escucha «trata de adquirir los medios de un ejercicio más refinado de la percepción», pero «no ciertamente por alguna disciplina moral o por algún novelesco desmontaje ideológico, sino más bien por un ejercicio desinteresado de la observación y la *lección de las cosas*»²¹⁵.

He aquí la cuestión, la escucha atenta debería obedecer a un ejercicio desinteresado que se aparte de los juicios morales e ideológicos, sean cuales fueren estos: de género, de clase, de raza o de capital cultural. ¿Pero no recuerda esto al principio de autonomía kantiano que justificaba la idea del “agrado desinteresado”?²¹⁶ Deberíamos diferenciar las dos pretensiones que entran aquí en juego. Por un lado, la percepción pretende entender aquello que los oyentes oyen, mientras que la teoría musical intenta persuadir a los oyentes sobre qué es lo que deben y lo que no deben oír. Si la historia de la percepción se nutre, entre otras, de la psicología, la etnografía, la historia social, la filosofía y la etnomusicología, la teoría musical se nutre de las reglas internas de la armonía, la melodía y las relaciones históricas que se producen entre ellas en el sentido evolutivo de la historia de la composición. En este sentido, la percepción agrupa un modelo teórico amplio y liberado de los grilletes que la musicología positivista ha impuesto hasta al menos la década de 1960.

Un tipo de escucha, sugiero, que podríamos llamar histórica es aquella que, siguiendo la tesis de Nicola Dibben, establece vínculos asociativos entre los elementos musicales que están presentes en una pieza determinada y, al mismo tiempo, procuran asociaciones con elementos o gestos similares o funcionalmente equivalentes en el amplio repertorio con el que el oyente está familiarizado. Esto tiene mucho que ver con la memoria, con la escucha memorística a la que aludían Nicolás de Oresme y Michel Chion que ya vimos en otro capítulo. De este modo, los materiales musicales se escuchan en función de su uso histórico, bien dada por la idoneidad de

²¹⁴ CHION, *El sonido...*, p. 282.

²¹⁵ *Ibid.* La cursiva es de Chion.

²¹⁶ ERLMANN, VEIT: *Reason and resonance. A history of modern aurality* (Nueva York, Zone Books, 2014, [2010]), p. 20.

la composición con respecto al cumplimiento de las funciones estructurales, bien por la asociación a contextos sociales posteriormente individualizados. Esto quiere decir que los materiales con los que se compone la música se escuchan en base al aprendizaje histórico y cultural de esos materiales, de modo que, si se han asociado a contextos o funciones sociales y musicales determinadas, esos significados permanecen cuando son representados fuera de los contextos o funciones originarios. En cuanto a esta edificación de lo que podríamos llamar “escucha histórica” se halla todo un discurso vinculado a las prácticas que giran alrededor de la música representada: críticas, programas de mano, notas al programa, narraciones, letras, incipits musicales en las notas al programa, biografías de autores, folletos, etc.²¹⁷ La construcción de este discurso fue muy semejante al de las famosas guías de viaje para turistas que publicaron John Murray III en Inglaterra y Karl Baedeker la Alemania del siglo XIX²¹⁸. Trazar la visita a una ciudad a través de las guías de viaje ayudaba a recorrer las principales zonas, de la misma manera que las notas al programa, la prensa, la crítica, etc., guiaban al oyente en la escucha de una obra de música.

El conocimiento como un medio para entender la escucha se hizo común alrededor de 1900 en toda Europa y el norte de América, una práctica que sigue vigente hoy en día en todo el mundo. De esta manera, acaba Nicola Dibben con la tradicional polarización entre los atributos intramusicales y los extramusicales puesto que al mismo tiempo los sonidos forman parte tanto de la composición y la estética, como de la situación social y cultural. Es decir, los sonidos forman parte de una determinada construcción histórica. La escucha histórica no es más que el *deber* de escuchar, una responsabilidad histórica, un legado que hay que conocer: «estoy convencido de que este *debes* tampoco es puramente interior, subjetivo, singular. Tiene una historia, una historia que no es tan sólo *mi* historia», sostiene Szendy²¹⁹. La escucha de la familiaridad, el conocimiento, la herencia, la tradición, el canon, la estética, en definitiva, nuestro compromiso con una escucha histórica²²⁰. Es lo que Mark Evan Bonds llama la «escucha históricamente informada» cuando quiere criticar que en la interpretación musical sí se ha dado este compromiso por la información histórica de la performance pero se ha abandonado al oyente a su propia suerte de escucha²²¹. Si se puede acudir a la historicidad como fórmula de

²¹⁷ DIBBEN, NICOLA: “Musical materials, perception, and listening” en CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), pp. 193-203.

²¹⁸ THORAU, CHRISTIAN: “What ought to be heard. Touristic listening and guider ear” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 207-227.

²¹⁹ SZENDY, *Escucha...*, p. 21.

²²⁰ Para un análisis de la escucha histórica véase, BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit* (Berlín, Akademie-Verlag, 1959).

²²¹ BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014), p. 33.

conocimiento para la interpretación, ¿por qué nos hemos dejado pasar la posibilidad de enseñar a los públicos cómo deben escuchar “históricamente informados”?

Otra pregunta clave que podemos formular es ¿qué ocurre cuando un tipo de música no tiene la originaria función de ser escuchada para ser contemplada en actitud estética, sino simplemente tiene una función, sea ésta la de protesta o como herramienta de reivindicación, bien un subproducto ideológico contestatario, o para legitimar o derrocar un determinado estatus, para consolidar o arrebatar funciones políticas, identitarias, nacionalistas, etc.? O, ¿qué pasa cuando la música es mero “objeto” de entretenimiento? Un objeto puramente comercial no diseñado para la contemplación sino para formar parte del paisaje sonoro en un lugar determinado, en un momento concreto y para un público exclusivo. ¿Debemos entender la música en su doble valor simbólico y utilitario al mismo tiempo?

A estas alturas es importante advertir que la contemplación —en el sentido de poner atención a algo material o espiritual—, y la observación profunda próxima a la meditación, son actividades desvalorizadas en nuestra era posmoderna. Ésta resulta ser una de las grandes paradojas de nuestros tiempos. En «una época en la que la expresión metafísica casi se ha convertido en un insulto filosófico», en la que asumimos que la profundidad y la meditación están en claro retroceso, estamos exigiendo el cese del trasfondo ideológico de la escucha atenta²²². Incluso cuando se practica una observación profunda «con frecuencia se lo hace de manera grosera»²²³. Estas prácticas «se inspiran en cierto desprecio por el dato perceptivo, hacen pasar por rigor científico o profundidad filosófica su sistematismo implacable, que es la peor de las perezas intelectuales»²²⁴. En suma, la escucha profunda, la contemplación estética, la meditación, son métodos devaluados desde la descomposición de las estructuras espacio-temporales que avinieron en la década de 1980, actitudes casi ausentes en nuestros tiempos.

El dato y la cuantificación han sustituido al “dato perceptivo” y cualitativo. No nos queda más remedio que volver a escuchar. «Hay que aprender a escuchar, porque escuchar es actuar»; así termina Michel Chion su libro *El sonido. Oír, escuchar, observar*. Una valoración compartida en buena dosis por la filosofía y la sociología de la cultura de las últimas décadas. «Vivimos dentro de una atmósfera donde no se escucha; será por tradición hispana o por el ruido que nosotros mismos creamos pero el esfuercillo de escuchar no se masca en el ambiente», asevera el multifacético y controvertido pedagogo musical Fernando Palacios ²²⁵.

²²² DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997]), p. 187.

²²³ CHION, *El sonido...*, p. 282.

²²⁴ *Ibid.*

²²⁵ PALACIOS, FERNANDO: *Hablar de escuchar* (Vitoria, Agruparte, 2011), p. 15.

Tal vez haya quedado lejos aquella idea de Attali que decía que: «Escuchar música es escuchar todos los ruidos y darse cuenta de que su apropiación y su control es reflejo de poder, esencialmente político»²²⁶. Pero es un reflejo del poder político y económico que aspira a devaluar la presencia del arte si no es contemplado según la ideología de escucha de una estética dominante. No queremos decir que no exista la escucha estética *per se* ni que esta no deba darse, sino que según se percibe en la historiografía tradicional de la música, la escucha no ha dejado de estar controlada hasta hoy mismo por un ideario tendente a la disociación cultural: la separación de lo bueno y lo malo, la alta y la baja cultura, la tradición y lo nuevo, el valor de la representación frente a la depauperización de la repetición de la música grabada. El público que acude a los conciertos en la época en la que escribe Attali (1977), «juzga más que goza». La música se ha convertido en «un pretexto para la afirmación de su cultura y no en una manera de vivirla»²²⁷.

En una línea similar, Umberto Eco considera que los *mass media* son proyectados para captar sólo el nivel superficial de la atención del público. Incluso la misma escucha, bien se trate de música en vivo o bien a través de una grabación, resulta viciada, produciendo un disfrute «epidérmico» y no «como un organismo estético que penetra profundamente» en los oyentes mediante una atención exclusiva y fiel²²⁸. La sensibilidad queda embotada y la música grabada se reduce a un objeto que no requiere ya de una escucha sensible y consciente, sino que es convertida en mero complemento para otras actividades mundanas. Una mirada la de Eco que enraíza de nuevo con los postulados de la Teoría Crítica sobre los medios de masas²²⁹.

A diferencia de lo que ocurre con la música clásica, Simon Frith reitera que la música pop es una música accesible al público en general, no dirigida a minorías pues no depende de unos conocimientos previos ni unas técnicas auditivas específicas²³⁰. De ello se desprende que otras músicas, sobre todo la clásica y el jazz, sí requieren de una preparación específica previa a una escucha que podríamos llamar de provecho. Parece que desde la etnomusicología también se está dando por hecho la idea de que para apreciar la música clásica se requiera de un cierto

²²⁶ J. Attali, *Ruidos...*, p. 14.

²²⁷ *Ibid.*, p. 238.

²²⁸ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2016, [1968]), pp. 65-66.

²²⁹ A Walter Benjamin se le tiende a incluir en esta escuela, sin embargo, como dice, MARTÍN-BARBERO, JESÚS: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (Barcelona: Anthropos, 2010, [1987]), p. 51.

En términos muy similares se expresa Jaime Radigales que señala que la música, aunque forma parte importante de nuestra vida, paradójicamente no la escuchamos. Citado en J. I. Campos, *Cuando la música cruzó...*, p. 43.

²³⁰ FRITH, SIMON et al: *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001]), p. 137.

bagaje, lo que la sitúa, sino afuera, sí al menos, más alejada de las fauces de la producción comercial de masas.

La música pop es para Frith la «que escuchamos sin querer» y cuyas canciones conocemos sin saber realmente cómo²³¹. La música pop no requiere de un esfuerzo ni un compromiso serio en la búsqueda de una identificación del gusto ni de un sacrificio auditivo. Siguiendo los postulados expuestos hasta el momento, podríamos afirmar que la gente que escucha pop no asume el mismo compromiso que el que oye otros géneros. Algo que ya hemos visto en Dahlhaus cuando afirmaba: «quieren que se los respete precisamente en su condición de diferentes, en lugar de verlos, desde el punto de vista de una audición estructural dirigida al objeto y sus propiedades»²³².

No estamos dando por hecho que toda la gente que oye pop tenga un sentido identitario menos sólido ni que oigan peor que otros oyentes de músicas como el rock, el jazz o la clásica: lo que queremos decir es que no existe el mismo grado de implicación en una búsqueda autónoma propia de estilos y géneros, y que son más maleables por la industria, más fáciles de dirigir en calidad de consumidores acríticos. Es decir, el que oye música pop como principal estilo de consumo de música, no busca ampliar su espectro cultural, y en este sentido tiende a estar menos formado, es más inestable e inseguro. No existe un esfuerzo autónomo por escapar del influjo de la música industrial. Por el contrario, el resto de oyentes, los que escuchan otros géneros, deben realizar un trabajo extra en la búsqueda activa de nuevas músicas y estilos próximos a sus gustos, que no suelen estar tan al alcance y que no suelen ser tan comerciales. En el caso de la clásica y el jazz es así, y en el caso del rock and roll el peso recae sobre una construcción identitaria fuerte. Esta búsqueda consciente para la ampliación de nuevos horizontes culturales le confiere mayor implicación, mayor compromiso. Por decirlo de otra manera, al oyente pop se le da todo hecho mientras que el resto de oyentes se ven obligados a indagar, buscar, analizar, comparar, compartir, etc. El oyente de música pop es un consumidor acrítico, que forma parte de una masa homogénea y “anónima” dentro de un colectivo pasivo tanto en el consumo como en la escucha.

El hecho de que las canciones pop pasen con tanta rapidez de moda indica que precisamente se trata de eso, de modas. Algo pasajero, fútil, volátil, momentáneo, pero, y además, pensado exclusivamente para el rédito empresarial²³³. Si comparamos las listas de éxitos de los más

²³¹ *Ibid.*, p. 149.

²³² DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), pp. 85-97.

²³³ *Ibid.*, 152

vendidos del 2015, 2016 y del 2017 no encontramos una sola canción que haya sobrevivido más de un año ni incluso más de un mes. Tampoco en estos tres años se repite un solo artista entre los veinte primeros de cada lista²³⁴. No ocurría lo mismo en los años cuarenta donde un grupo reducido de artistas se disputaban el número uno de las listas de éxitos un mes tras otro.²³⁵ Esto es consecuencia de un mayor acceso del público a la música grabada gracias a internet y a una mayor oferta de la industria discográfica con consecuencias terribles para la cultura. ¿También tendrá algo que ver en ello el hecho de que el pop sea una música fácil de interpretar y que no precisa de habilidades técnicas específicas como sí ocurre con el jazz, la música clásica, o incluso a algunas canciones de rock?

Resumiendo, no cabe duda de que una formación específicamente musical prepara al oyente para una escucha percibida, degustada y analizada. Pero ello no debe llevarnos a menospreciar la escucha de música popular y mucho menos a deslegitimar actitudes y modos de audición que, al fin y al cabo, son muy difíciles de clasificar, pero tan legítimas como las demás.

²³⁴ Se han comparado las listas Billboard de los años referidos arriba. Véase <https://www.billboard.com/charts/hot-100>

²³⁵ Glenn Miller, Jimmy Dorsey, Benny Goodman, Tommy Dorsey o Bing Crosby, entre otros.

3.3. JERARQUÍAS EN LA ESCUCHA ATENTA

Establecer jerarquías de escucha en cuanto al nivel de atención es tan subjetivo como imposible de categorizar. La muy famosa tipología de Theodor W. Adorno no deja de ser al fin y al cabo más que una construcción discursiva que coloca en lo más alto del escalafón a aquellos intelectuales mejor provistos. Su clasificación se centra en la formación cultural del oyente, atendiendo fundamentalmente a dos niveles, el de baja y alta cultura, y que a su vez podemos vincular con la idea de distinción del sociólogo francés Pierre Bourdieu como modelo de orden social jerarquizado. Adorno asocia sin tapujos y de manera categórica el tipo de “escucha estructural” a aquellos oyentes con una elevada formación cultural, y la “escucha atomizada” o distraída a la baja cultura. De manera indisoluble estas categorías culturales están asociadas a otras cohortes como el poder cultural, el económico y el legado intelectual. Así, los niveles y tipos de oyente se jerarquizan en base a los distintos niveles de percepción de los elementos de una composición musical. Pero, ¿cómo clasificamos al oyente pasivo? ¿Cuánto de pasividad puede tener un oyente? ¿Puede el oyente del espacio público ser juzgado por ser utilizado en su inconsciencia auditiva?

No es este el tipo de asociación que aquí queremos hacer pues preferimos situarnos del lado de las teorías de Simon Frith y Franco Fabbri, partidarios de disolver las líneas divisorias entre la baja y la alta cultura así como sus juicios de valor asociados. El argumento de Frith es que «en las formas culturales bajas existe un uso similar de la acumulación de saber y de la capacidad de discernir, con el mismo efecto jerárquico»²³⁶. No es de extrañar, según sus planteamientos, que estos dos etnomusicólogos hayan centrado gran parte de sus trabajos en la música popular moderna (pop y rock, sobre todo). Lo que aún queda por resolver es si aquella distinción jerárquica sigue vigente de manera tácita en el ámbito de la musicología histórica y en el mundo de la música clásica. Todo hasta ahora parece indicar que sí.

Para Adorno, el tipo de escucha atomizada está asociado a un tipo de oyente: el «consumidor de cultura» que pertenece a una «burguesía media». Si la distinción alto y bajo en lo que se refiere a la cultura ya chirriaba, crear subcategorías internas lleva al extremo las condiciones de lo mejor y lo peor. Antonio Notario Ruiz advierte sobre los peligros de esta asociación que hace el filósofo y sociólogo alemán en un artículo titulado *Cibermúsica: ¿Ars Nova o Segunda Modernidad?*:

²³⁶ FRITH, SIMON: *Ritos de la interpretación: Sobre el valor de la música popular* (Argentina, Grupo Planeta: Edición de Kindle, Spanish Edition, 2017).

Esta clasificación de Adorno, que requeriría una adecuación terminológica y una revisión de algunos conceptos, ilustra la diversificación no sólo social, sino también técnica en el sentido musical y se puede aplicar a la nueva escucha atomizada en cada reproductor de mp3 o cada iPod. Incluso aunque hoy el jazz, por ejemplo, haya pasado a formar parte de la vida musical oficial, esta clasificación se corresponde con la escucha en la nueva época tecnológica²³⁷.

Lo que Antonio Notario quiere destacar es que los límites entre baja y alta cultura tienden a difuminarse en un mundo cada vez más globalizado y tecnologizado. El acercamiento de las élites al consumo de la baja cultura se produjo mediante la asimilación de estilos considerados populares, algo que ocurrió durante la creación del Estado del bienestar entre las décadas de 1950 y 1980. Todo el mundo participa de la escucha de músicas modernas en esta época. Es inevitable escucharlas porque están en todos lados. Por el contrario, la música que podríamos considerar perteneciente a la alta cultura sigue siendo escuchada por una minoría a día de hoy. Esto quiere decir que la alta cultura ha sabido adaptarse, por los motivos que sea, a los planteamientos de la cultura de masas, pero también indica que la población en general no ha aprendido a disfrutar de los planteamientos culturales asociados a la alta cultura a pesar de que ahora esté disponible prácticamente a todo el mundo. Lo que ocurre es que resulta difícil, entonces, deshacerse del límite que separa lo alto de lo bajo, lo culto de lo popular. Ojalá tan solo fuesen etiquetas de estilo y género, pero no es así. Recordemos lo que ocurrió con el jazz, que fue atacado con vehemencia por Adorno y que con el tiempo pasó a formar parte de una minoría de oyentes que bien podrían pertenecer a lo que Adorno entendía por alta cultura. No es cuestión de que un estilo cruce de un lado a otro de la frontera de la cultura, sino que es necesario eliminar definitivamente esa linde.

Desde hace unas décadas, las líneas imaginarias y clasistas de los términos baja y alta cultura tienden a desaparecer gracias al poder mediático del arte pop y el rock and roll. La fragmentación de los gustos, la multiplicación de los canales de escucha, los procesos de hibridación cultural y la globalidad, se han encargado de hacer el resto. El crítico cultural y escritor Carl Wilson considera que «en una cultura de producción de masas hipermediatizada, las diferentes clases comparten muchos puntos de referencia»²³⁸. Wilson se basa en los estudios de dos sociólogos estadounidenses de mediados de los noventa, Richard Peterson y Roger Kern, que afirman que el modelo esnob de la clase alta cambia hacia un ideal omnívoro, un renovado

²³⁷ NOTARIO RUIZ, ANTONIO: *Cibermúsica: ¿Ars Nova o Segunda Modernidad?* (Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2008), pp. 123-132.

²³⁸ WILSON, CARL: *Música de mierda* (Barcelona, Blackie Books, 2015, [2014]), p. 121.

interés de la clase educada por consumir un poco de alta cultura combinándola con una buena dosis de cultura popular, arte internacional y entretenimiento *lowbrow*. Sin dejar de ser cierto, lamentablemente esto es tan solo un modelo ideal. Nadie resulta ser un omnívoro completo en el sentido puro, puesto que tener y poseer un determinado gusto sigue siendo una herramienta importante para la distinción, —concluye Wilson— aunque se traten de distinciones menos acentuadas, más sutiles y de que los cambios se produzcan cada vez con mayor rapidez que en otros tiempos.

Volviendo a la tipología de oyentes, Adorno emitía juicios de valor en torno a la capacidad de comprensión o retención de ciertos parámetros estructurales y composicionales dado el nivel de consciencia e impulsos emotivos del oyente. Aquellos oyentes que más se aproximan al oyente experto mayor grado de racionalización poseen. Cuanto mayores son los impulsos emotivos y básicos, más se aleja el oyente de una escucha activa y cultivada, más se acerca al simplista concepto darwiniano de evolución. Los oyentes más evolucionados de Adorno son aquellos capaces de entender mejor, con lo que parece que la brecha acaba relacionando el poder cultural con el juicio estético.

Franco Fabbri (2008) aporta un punto de vista muy interesante a esta conocida clasificación:

Aunque no es un gran descubrimiento señalar que Adorno no era un relativista cultural, podría ser útil subrayar que esta tipología de comportamientos musicales, con toda la retórica subyacente y sus asunciones jerárquicas, fue adoptada como una especie de evangelio por la “musicología oficial” (un término citado con desprecio en la introducción de la edición italiana, firmada por Luigi Rognoni). El experto (número uno), el buen oyente (número dos), el consumidor de cultura (número tres), el oyente emotivo (número cuatro), el oyente resentido (ya sea un fanático de la música prerromántica, número cinco, o del jazz, número seis), el oyente de entretenimiento (número siete, el que escucha *Unterhaltung Musik*, es decir *popular music*), y por último el no oyente, el oyente antimusical (número ocho) se han incorporado al sentido común de muchísimos musicólogos, a pesar de las numerosas advertencias y *caveat* del propio Adorno²³⁹.

Las advertencias y reservas a las que se refiere Fabbri fueron enunciadas por el propio Adorno en el mismo texto citado hasta la extenuación. Entre otras cosas, Adorno asume que su clasificación es el resultado de un enfoque puramente teórico: «carecemos de datos comparables y fidedignos de la investigación del pasado»²⁴⁰; los perfiles descritos están pensados

²³⁹ FABBRI, FRANCO: “La escucha tabú” en GARCÍA QUIÑONES, MARTA (ed.): *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental*, (Barcelona, Orquesta del caos, 2008), p. 25.

²⁴⁰ Por lo visto Adorno no conocía el trabajo de H. Besseler que hemos analizado aquí.

«únicamente como perfiles cualitativamente indicativos»; «los tipos de escucha no emergen químicamente puros»; «la tipología debe entenderse, por lo tanto, como una tipificación meramente ideal», y otros argumentos por el estilo²⁴¹. Queda claro en palabras del propio Adorno que su clasificación debía tomarse con las reservas que él mismo indica. Pero con todo y ello, fue tomada axiomáticamente en lo referente a los modos de escucha de música y los tipos de oyentes, como bien lo explica Fabbri.

Este argumento debe sustentarse, para Frith, en que —y repetimos la cita— «en las formas culturales bajas existe un uso similar de la acumulación de saber y de la capacidad de discernir, con el mismo efecto jerárquico»²⁴². Es decir, dentro de lo que Adorno llamaba cultura baja, según Frith también podríamos jerarquizar distintos tipos de oyentes. Pero lo que en definitiva Frith quiere borrar, creo, no es la distinción entre alta y baja cultura sino la derivación jerárquica que se extrae de los juicios de valor correspondientes a las distintas clases sociales. Siguiendo el postulado de Frith, lo que les resulta más difícil (o imposible según casos) a las personas de la baja cultura, es poder expresar sus propios juicios de valor hacia aquella música que más les atrae, con la misma corrección lingüística y el mismo poder discursivo que aquellos que pertenecen a los niveles culturales superiores: «la cultura baja genera su propio capital cultural», lo hace de manera «más inclusiva» y están «autorizados» a declarar sus impresiones. Es decir, «la ideología cultural determina la forma de oír la música; no es la música lo que produce la ideología»²⁴³. O lo que es lo mismo, las distinciones basadas en el valor simbólico o no en torno a la obra de arte son el reflejo de construcciones ideológicas, identitarias y estéticas propias de cada época y lugar, pero también de la pretensión por diferenciar clases sociales, ideologías políticas y poderes económicos.

Sin dejar de estar de acuerdo con Frith sobre su idea acerca de la construcción social y discursiva del valor de la música, también defendemos, acudiendo a otros etnomusicólogos, que gran parte de los oyentes de música en general, y de música popular en particular, son objeto de fuertes impactos mediáticos promovidos por intereses industriales y comerciales que intentan (y en muchos casos consiguen) situar nichos poblacionales en grupos homogéneos para mantenerlos al margen de otras referencias culturales. Se busca un público devaluado culturalmente, manipulable, víctima de las modas y de los productos de consumo, manejable para unos

²⁴¹ ADORNO, THEODOR W: *Disonancias. Introducción a la sociología de la música* (Madrid, Akal, 2009, [1973]), pp. 177-197.

²⁴² FRITH: *Ritos de la interpretación*, 2014 [1996].

²⁴³ *Ibid.* Posición 3871.

medios de comunicación cuyo objetivo es el rédito económico, aunque esto tenga implicaciones sociales y políticas de importante envergadura²⁴⁴.

Una cosa es la apropiación que se haga de la música y otra el fuerte impacto que la industria cultural ejerce y del que nadie puede escapar consciente o inconscientemente. Sólo un conocimiento sólido de la cultura y del reconocimiento de la opaca influencia que ejercen los medios, puede ayudarnos a entender nuevas formas de creación musical que luchen por mantenerse más o menos al margen de esas influencias. Con esto no queremos descartar la música de moda, como la popular, pero sí al menos ser conscientes de su efecto en nuestros gustos, nuestra identidad y conductas, así como del valor que adquiere en los mercados. Poder elegir viene dado por el conocimiento de la diversidad y el abanico en las opciones de elección. Cuanta mayor sea la oferta y mayor el conocimiento a la hora de afrontar la escucha de música, mejores resultados se obtendrán a la hora de ampliar los horizontes culturales. Cuanto mayor sea el conocimiento de los códigos y los elementos compartidos dentro y fuera de una cultura, mayores serán las posibilidades de retroalimentar y conocer nuevos códigos. Por ello, pensamos que la defensa que dedican Frith y Fabbri a la música popular debe tomarse con cierta cautela puesto que la influencia de la industria, los mercados, las modas y la mano invisible de la globalización ejercen un poder difícil de controlar, un poder de atracción tal que poco puede hacer el individuo psicologizado y tecnologizado de las modernas sociedades líquidas.

Simon Frith y Franco Fabbri se desvinculan del estatus y de los juicios de valor, se alejan del análisis de los gustos y del poder cultural y la capacidad del oyente para racionalizar la escucha. Aquí hemos querido adherirnos a esta corriente amoral. Ahora bien, si asumimos que el oyente atomizado es un oyente consumidor, terminamos dando la razón a Adorno cuando asociaba la atomización de la escucha al consumidor de cultura, el consumidor de medios de masas. Es decir, podemos acabar adoptando que el oyente de música popular es víctima del consumismo al que Adorno hacía referencia, pero nosotros no juzgamos su capacidad para valorar lo que escucha, pues es víctima del poder de la comunicación de masas. Por eso queremos insistir en que nuestro punto de vista tiene que ver más con el *cómo se escucha* que con *quién escucha*, dado que las únicas diferencias que subrayamos a lo largo de la tesis están polarizadas entre popular-clásica, joven-adulto, urbano-no urbano y en pocas ocasiones mujer-hombre.

²⁴⁴ Para una visión diáfana sobre la influencia de las modas, el consumo y los medios de comunicación, véase LIPOVETSKY, GILLES: *Los tiempos hipermodernos* (Barcelona, Anagrama, 2014, [2004]); BAUMAN, *Vida de consumo* (Madrid, Fondo de Cultura Económica de España, 2016, [2007]). Por su cuenta, Simon Frith afirma: “El pop no responde a una ambición desmedida o específica, salvo en lo referente a la rentabilidad y la recompensa comercial. Su historia es la historia de la producción estandarizada o en serie [...]. (Frith, 2006, [2001], p. 139).

Tabla 3. Tipología de oyentes según Theodor W. Adorno.

Tipos de escucha	Grupo social
El especialista: escucha estructuras, comprensión consciente de la lógica musical.	Músico profesional.
El buen oyente: escucha estructural, conocimiento inconsciente de la lógica musical.	Medio que presenta restos de la antigua aristocracia
El consumidor de cultura: escucha atomizada: la música es consumida, actitud fetichista frente a la música; ama los detalles interesantes, respeta los méritos de los intérpretes; gusto reificado.	Burguesía media.
El oyente emotivo: la música como medio de liberar sus pulsiones; la estructura le permanece oculta detrás de la proyección de las emociones.	Hombre de negocios fatigado.
El oyente por resentimiento: huye de la música anterior a Bach; le gusta que la música sea interpretada según la manera original; la música de los conciertos es para él la expresión de la estabilidad social.	Capa superior de la pequeña burguesía.
Es especialista de jazz: contestación contra la vida musical oficial, expresión de vanguardismo, finalidad técnico-deportiva de la música.	La juventud.
El oyente como distracción-	Heterogéneo.
El oyente indiferente no musical o anti-musical.	Heterogéneo: inhibiciones psíquicas.

Cuadro extraído de NOTARIO Ruiz, Antonio: *Cibermúsica: ¿Ars Nova o Segunda Modernidad?* (Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 2007), pp. 123-132, en el que se sintetizan los tipos de oyentes de T. Adorno.

Nótese que Adorno hablaba de unos «perfiles cualitativamente indicativos». Es decir, trataba de explicar *cómo* oye el oyente y no *cuánto* oye. Sin embargo, para Adorno el oyente experto es aquel que «sigue espontáneamente el decurso de una música complicada», es capaz de percibir «las complicaciones de lo simultáneo», es decir, «la armonía compleja y la polifonía a varias voces», y es capaz de distinguirlas. Este es un tipo de escucha restringida «al círculo de músicos profesionales, sin que todos ellos satisfagan los criterios del modelo». En definitiva, aunque su pretensión sea la de hablar del cómo, lo que hace en realidad Adorno es hablar del cuánto es capaz de percibir un oyente con su escucha. Evidentemente, los mejor preparados podrán oír más elementos, armonías, voces, contrapunto, etc., pero eso no explica cómo oyen, cómo lo perciben sino cuánto son capaces de percibir de los fundamentos de la composición. En este sentido resulta contradictorio hablar de escucha cualitativa y estética al mismo tiempo, como pretende Adorno, ya que ello obedece al terreno de la cualificación y la cuantificación. ¿Cómo podríamos medir la escucha estética? Me temo que no se puede.

3.4. DECONSTRUCCIÓN DE LA ESCUCHA ATENTA

Afirma Hans Heinrich Eggebrecht que si existe algo que se oponga a la «música entendida como unidad de teoría y práctica» esa es «la materia sonora premusical o extramusical, lo audible y sus formas, en la inagotable diversidad que posee como naturaleza, tradición étnica o sonoridad civilizatoria»²⁴⁵. Hasta que la materia sonora no sea entendida con los mismos conceptos teórico-prácticos que los aplicados para las obras y las biografías de los autores, seguirá existiendo «la indiferencia que reina entre la música y el recurso natural»²⁴⁶. Lo que Eggebrecht parece transmitir es que, por un lado, la materia sonora no se ha tenido en cuenta en el tradicional decurso epistemológico de la historiografía de la música teórica y práctica y que, además, hasta que no se tenga en cuenta el sonido y su recepción como fuente para el estudio de la historia social, seguirá existiendo cierta indiferencia hacia él, al mismo tiempo que un vacío en la disciplina musicológica.

En parte, esta indiferencia entre la música como unidad de teoría y práctica y la materia sonora como eje para la construcción de la historia social y cultural es la que pretende superar esta tesis. Que tengamos el problema de la ausencia de estudio de la materia sonora en la historiografía ocurre precisamente cuando ésta se separa del tradicional análisis de la suma teórico-práctica. La solución puede estar en verlo como un todo, no como divisiones estancas. Como un todo que aglutine, la obra, el sonido y la recepción del sonido en cuanto a recepción cultural del sonido y de la escucha, no de la recepción de la obra que ya dispone de su propio marco metodológico en nuestra disciplina. Así como la música de tradición europea consignó su evolución a partir de la escritura musical, así como gracias al peso de la filosofía kantiana se asignaron modos de belleza en categorías diferentes, así como en un periodo concreto en el que la práctica instrumental veía el ascenso de la sinfonía, el concierto, la forma sonata, la ópera y el virtuosismo, en un sentido opuesto, el resto de culturas no occidentales dirigieron sus necesidades hacia el espacio de la oralidad, terreno abonado para el estudio de la antropología, la etnografía y la etnomusicología.

Cuando el concepto de autonomía de la obra, emancipada del texto y los elementos visuales y dramáticos, consideró el tema motivico como elemento sustancial y sustentante de la estructura de la obra para la autosuficiencia ajena al soporte externo, entonces fue cuando la música instrumental se arrogó la taxonómica cualidad de «arte musical puro y absoluto». Esta apropiación venía a considerar veladamente que existen elementos ajenos, «extramusicales», que son

²⁴⁵ DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012), pp. 33-34.

²⁴⁶ *Ibid.*

(pueden ser) innecesarios. Sin embargo, no existe la música extramusical, sino «música que no se ajusta a cierto concepto preconcebido, históricamente determinado de la música», y que aísla al resto de músicas fuera de la consideración de música pura²⁴⁷. Este es un concepto eurocéntrico que implica la existencia de otras músicas, impuras, con un sentido peyorativo de otredad, una música no genuina ni verdadera²⁴⁸. Toda la música que tuviese que depender necesariamente de una función, un fin, un texto o un complemento que la reforzara, «se convirtió en un arte de rango inferior»²⁴⁹. Este imperativo ideológico y social arrastraba, no solo a todo aquello que tuviese que ver con las obras de arte en sí mismas, sino aquello que concernía a las conductas, los hábitos y los rituales que era necesario mostrar en público. Una concepción de la autonomía de la música que surge como una poderosa afirmación filosófica dentro de la élite europea para la expresión y demostración de sus propios logros y estatus²⁵⁰.

Hemos visto que la escucha atenta obedece a una construcción social que brota a mediados del siglo XVIII y que a lo largo del siglo XIX es cuando obtiene el beneplácito definitivo de la nueva burguesía. Una burguesía tendente a la “romantización” de la escucha, a la postura mística y religiosa, a la actitud atenta, íntima y personalizada, apuntalada para la distinción y la legitimación de un poder y un orden. Dice Heinrich Bessler: «Sin embargo, desde al menos la mitad del siglo XVIII, la audición se ha considerado en toda Europa como la forma real de acceder a la música. [...] Cuanto más se transformaba el manejo activo de la música en mera escucha, más fuerte se volvía la actividad en la escucha misma»²⁵¹. La escucha atenta se nutrió de los conceptos de obra auténtica, de original y autonomía extraídas exclusivamente de la música clásica, conceptos todos ellos que llegarán a nuestros días por medio de la musicología y la crítica a través de artículos, libros, la aprobación de unas conductas y la reprobación de otras, hábitos y comportamientos.

Recordemos que la visión eurocéntrica sobre los modos de escucha resulta ser tan sólo una pequeña muestra de las que se dan en el resto del planeta, hasta el punto de poder afirmar que cada cultura contiene su propia manera de percibir y apreciar la música. El funcionalismo, el simbolismo, la historia, la tradición y los procesos tecnocientíficos internos delimitan los

²⁴⁷ *Ibid.*

²⁴⁸ *Ibid.* p. 65.

²⁴⁹ «[...] excepto cuando participaba de las categorías de la música instrumental, como en el caso de la importante música vocal de los siglos XVIII y XIX»; *Ibid.*, p. 63.

²⁵⁰ TOMLINSON, GARY: “Musicology, Anthropology, History” en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 38-40.

²⁵¹ BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit* (Berlin, Akademie-Verlag, 1959), p. 44; «Als die eigentliche Zugangsweise zur Musik betrachtete man jedoch spätestens seit der Mitte des 18. Jahrhunderts in ganz Europa nur noch das Zuhören. [...] Je mehr sich das tätige Umgehen mit Musik in bloßes Zuhören verwandelte, um so starker wurde die Aktivität beim Hören selbst».

contornos culturales que definen las estructuras sonoras de creación y consumo en cada cultura. La asunción de una mayor actitud estética en la escucha contemplativa de Occidente no es más que un constructo ideológico que atiende a razones políticas, coloniales y poscoloniales acorde a la aprobación de los procesos de modernización, entendidos estos como necesidades evolutivas fuertemente discriminantes.

La escucha no atenta siempre existió dentro de la música clásica. La descomposición de las fuerzas atribuidas a la tonalidad a comienzos del siglo XX, el ímpetu de la música popular y la cultura de masas en torno a la década de 1920, la música concreta y minimalista, o la teoría de John Cage y su modelo de escucha oblicua propusieron nuevos planteamientos de acercamiento al hecho musical. Ya en la era digital se han legitimado y expandido otras aproximaciones gracias a los usos de las nuevas tecnologías, internet y el *streaming*. El acceso, la ubicuidad, la democratización y el océano de músicas disponibles llevan al oyente a un puntillismo auditivo y una fragmentación de la escucha, al mismo tiempo que a una pérdida en su capacidad por contemplar y retener una música que sea algo más que ruido de fondo o pura música de ambiente.

Hemos visto cómo en las décadas de 1950 y 1960, John Cage proponía un modelo de escucha que eliminaba los prejuicios, limitaciones y convenciones tradicionales e históricas a las que está sometido el oyente. Cage «denuncia que hay una escucha de la música que está gramatizada, que lo que se denomina música se corresponde con el deseo de un oído intelectualivo», es decir, el oído formado e histórico que nos legó el siglo XIX²⁵². La influencia de la cultura oriental y la religión budista llevaron a Cage a plantearse su ida de «lo no-mental, hacia la indistinción entre el mundo espiritual y el material»²⁵³. Para escuchar es preciso dejar de pensar el sonido con el objeto de no revestirlo de elementos emocionales o intelectuales, históricos o estéticos. La memoria auditiva debe ser eliminada. Precisamente se trata de la ya famosa disyuntiva entre la razón y la emoción lo que Cage proponía eliminar.

Lo que siempre hemos denominado música resulta ser tan sólo un modo predeterminado de conducta, una predisposición hacia ella y un modo de escucharla. La alternancia entre la repetición y la variación es el fundamento básico de la composición en nuestra música occidental, algo que Cage consideraba coercitivo. Esta alternancia dirige al oyente, lo educa, lo culturiza y lo coloca en determinada postura, una predisposición a la atención y la percepción estética. El reconocimiento de las partes, de la tonalidad, de las esperadas cadencias, giros, repeticiones de los temas, etc., condicionan, según Cage, la actitud que adopta el oyente frente a la obra. No

²⁵² PARDO, CARMEN: *La escucha oblicua. Una invitación a John Cage* (Madrid, Sexto Piso, 2014), p. 28

²⁵³ *Ibid.*

escuchamos los sonidos, sino las relaciones y las ideas que se establecen entre esos sonidos. Y esas relaciones son históricas y culturales, aprehendidas, apropiadas y reaprendidas.

En definitiva, Cage denunciaba esa capacidad intelectual que tanto defendió Adorno en sus escritos. Propone una escucha centrada en la fisiología del sonido, alejada de un pasado cultural que condiciona nuestra postura. Avala el olvido voluntario de la memoria, el gusto y la emoción, como un remedio para la emancipación de nuestro ego. Una alienación depuradora. Una escucha oblicua «despojada de prejuicios», enajenada de cualquier contingencia o eventualidad²⁵⁴. Una escucha alejada de cualquier tipo de medición intelectual como las que planteaba Adorno en los años treinta. Una escucha incuantificable. Una forma de escucha descentrada y limpia del peso del contexto, la historia y la cultura.

En el caso de que el compositor pudiera librarse de la intencionalidad semántica y de la narrativa musical, el oyente debería ser capaz de abandonar su completa subjetividad, liberada de cualquier conocimiento adquirido como condición esencial para la absoluta emancipación en su labor de oyente. El sonido no es algo que para Cage tenga que ser descifrado ni circunscrito en ninguna tradición. Pero cuidado, no se trata de una escucha desatenta, sino más bien de un tipo de escucha totalmente liberada de cualquier prejuicio. Tampoco deberíamos desdeñar que esta filosofía auditiva de Cage cuajó en un momento de profundos cambios sociales y políticos que darían origen a la constitución de un espacio posmoderno. Una empresa, la de Cage, imposible de llevar a cabo en el entorno altamente globalizado.

Las posturas adoptadas en cuanto a la pérdida o no de atención, el aumento de las subjetividades, el aislamiento comunicacional y la formación de nuevos espacios de socialización, han sido objeto de análisis desde comienzos del siglo XX hasta el presente. Los primeros trabajos provenientes de la Teoría Crítica y la Escuela de Fráncfurt son bien conocidos por todos, sin embargo, algunas de las investigaciones más importantes en este sentido han proliferado en la primera década del siglo XXI.

Ya en 1996, Friedrich Kittler observaba en el contexto de la tecnología portátil (y eso que cuando escribe Kittler todavía no existían los *smartphones*), que la humanidad había externalizado su interacción motora y sensorial, y finalmente su inteligencia, en lo que llamó «prótesis técnicas»²⁵⁵. En el año 2001 Peter Szendy consideraba que la fonografía había transformado para siempre los modos de escucha y la concepción de la obra y el compositor:

²⁵⁴ *Ibid.*, p. 36.

²⁵⁵ Citado en Martin Scherzinger: “Divisible mobility”, en GOPINATH, *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, Vol. 1..., p. 78.

Con lo que podríamos llamar *fonogramatización* de la música en general, la escucha ha conocido en efecto una mutación sin precedentes, que su equipamiento técnico provoca y revela. Es preciso rendirse ante la evidencia: ha habido una ruptura, un cambio en lo que podemos llamar la *responsabilidad de la escucha*. Ya no recae principalmente en la *obra* musical, en sus categorías *internas* (motivos melódicos o rítmicos, timbres o acontecimientos armónicos destacados, «señales» de todo tipo cuidadosamente dispuestas a lo largo de su «envoltorio» formal a fin de inscribir en él «hitos» auditivos); ha adquirido una cierta *autonomía*, posee ya *instrumentos* (el disco, el *sampler*, los índices numéricos del sonido general) para *actuar* sobre la música. Tampoco se limita a una simple recepción (o a su casi anagrama: la *percepción*). La escucha es *configurarte* por sí misma, sin estar absolutamente sometida a un flujo retóricamente articulado que la ordena y la estructura desde el «interior» de la obra musical²⁵⁶.

Además de esta nueva forma de escucha, Szendy defiende la escucha dispersa como una opción por sí misma, igual de válida que las tradicionales actitudes atentas: «[...] la *distracción*, la escucha *intermitente*, sea asimismo, un medio, una actitud que permita que el *sentido de la obra* surja; que una cierta *inatención*, que una cierta *fluctuación* de la escucha también constituye una relación válida y fecunda en la *interpretación auditiva de la obra*»²⁵⁷.

Otros han defendido que los nuevos dispositivos que ofrece internet tienen un marcado carácter distractor orientado al abandono de los habituales modos de interacción (Turkle, 2008). Por otro lado, hay quien cree que se están fragmentando las estructuras que mantenían vivo el concepto de comunidad en su amplio sentido (Auletta, 2009). También están quienes creen ver en los dispositivos *online* una dispersión y un estrangulamiento de la conciencia como consecuencia de los adictivos hábitos interactivos, en última instancia superficiales tanto en cuanto a la lectura, el visionado y la escucha se refiere (Carr, 2010).

El argumento sobre la pérdida de la capacidad de atención derivada del uso extremo de las tecnologías digitales de la comunicación cuajó en la prensa a comienzos de la década de 2010. El interés por la sociología aplicada, la psicología del consumidor y la mercadotecnia, el marketing y la publicidad, las matemáticas algorítmicas, la inteligencia artificial y el desarrollo de la programación informática ha revolucionado la tecnología de los últimos años, una tecnología vinculada a lo social que transforma hábitos y conductas. Desde una perspectiva sociopsicológica, Sherry Turkle aborda algunos de los principales problemas de los jóvenes en el uso de los dispositivos comunicacionales, en lo que llama «la atención parcial continua»: unas prácticas

²⁵⁶ SZENDY, *Escucha...*, p. 27. Las cursivas son de Szendy.

²⁵⁷ *Ibid.*, p. 130.

que diluyen la calidad de las relaciones interpersonales por culpa de las nuevas formas de relación a través de la tecnología digital y las redes virtuales de socialización²⁵⁸.

En la postura opuesta, defendiendo a internet como conformadora de inéditos espacios culturales y sociales encontramos los trabajos de Yochai Benkler y Clay Shirky (2010), que enfatizan los efectos positivos de las interacciones sociales facilitadas por las nuevas redes de comunicación digital. En el caso concreto de la música, Shirky argumenta que perderá con el tiempo su estatus de objeto y se convertirá en una experiencia puramente expresiva y subjetiva²⁵⁹. Algo que creemos comenzó a comienzos del siglo XX y que ya anunciaba Jeremy Rifkin mediante su idea del auge de un capitalismo que busca vender las expectativas a base de saciar las experiencias mediante el acceso y la consiguiente infravaloración del objeto físico. Shirky va más allá cuando augura un futuro en el que la producción recaerá en la colaboración entre iguales, en manos de usuarios voluntarios colaborativos, un modelo radicalmente descentralizado basado en el intercambio de los recursos y los resultados individuales²⁶⁰. ¡Veremos qué ocurre!

La modernidad es un tiempo en donde el ruido ambiental ha modificado el cuerpo. Un ruido de fondo no cesa. Para Jonathan Sterne, los individuos que sufrieron el ruido de los martillos neumáticos, las sirenas y los ruidos de la ciudad en el desarrollo industrial, perdieron cierta capacidad fisiológica en la audición²⁶¹. Y aunque es cierto que hubo una cierta preocupación por las consecuencias que traía el ruido, y aunque se legisló el volumen y las franjas horarias en las que se podía hacer ruido tanto en los espacios públicos como privados, parece que hemos normalizado la existencia inevitable del ruido, que lo hemos incorporado con normalidad a nuestra vida cotidiana²⁶² (Véase imagen XXX: Análisis del ruido sísmico en la red de acelerómetros de España). El derecho a hacer ruido desde el siglo XVI en adelante, así como el derecho a decidir qué sonidos están permitidos o prohibidos en los espacios públicos, ha sido durante mucho tiempo privilegio de unos pocos. Quienes pertenecían a rangos inferiores (mujeres, niños, sirvientes) debían guardar silencio, de lo contrario estarían bajo sospecha de perturbar intencionadamente el orden social establecido²⁶³. El control sobre el ruido recae en manos de los Estados y las grandes empresas desde comienzos del siglo XX. Y quien controla el ruido es el

²⁵⁸ Vid. TURKLE, SHERRY: El defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital (Barcelona, Ático de los libros, 2019, [2015]).

²⁵⁹ Citado en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, Vol. 1 (New York, Oxford University Press, 2014), pp. 81-84.

²⁶⁰ *Ibid.*

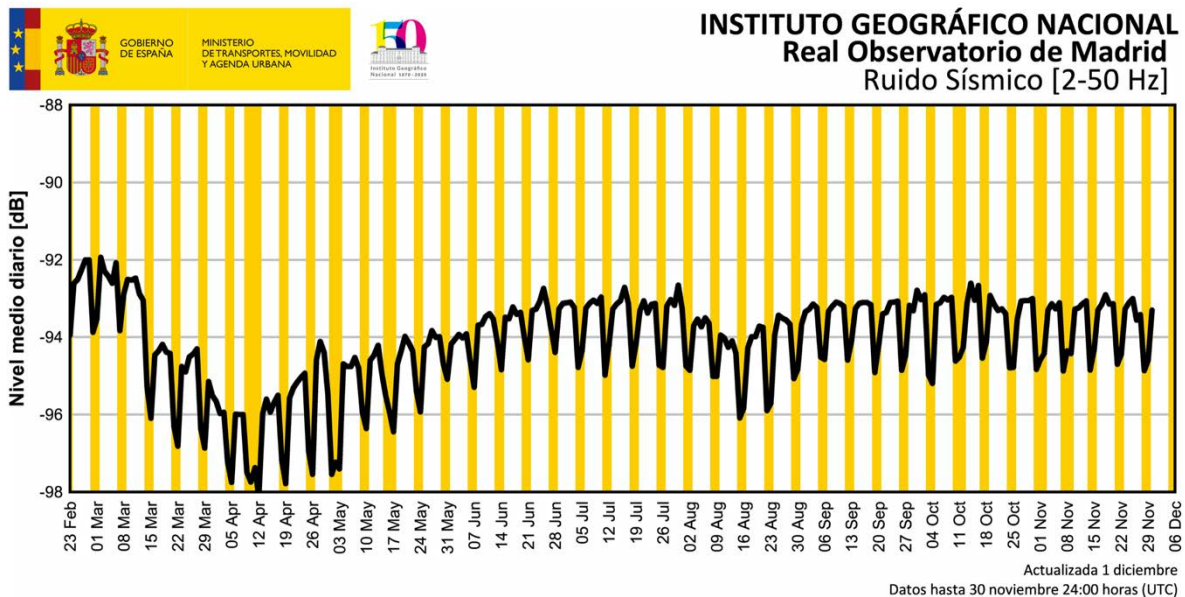
²⁶¹ STERNE, *The audible past...*, p. 13.

²⁶² Véase BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008).

²⁶³ BIJSTERVELD, *Mechanical sound*, p. 40.

mismo que controla la música que debe sonar en los espacios públicos: «[...] el control del ruido estaba reservado a las autoridades locales», dice Attali²⁶⁴. Sin embargo, el derecho al ruido, incluso antes de la revolución industrial, fue un derecho natural que afirmaba la autonomía individual. Un derecho que sería regulado en el siglo XIX, mismo siglo en el que la burguesía imponía *su* silencio en la escucha de *su* música.

Gráfico 8. Análisis del ruido sísmico en la red de acelerómetros de España



Fuente: Captura de pantalla del Instituto Geográfico Nacional. Centro Nacional de Información Geográfica. En la gráfica se puede ver cómo descendió el nivel de ruido sísmico durante el confinamiento en España a -98 decibelios en el mes de abril. Se observa “la disminución, cese y reanudación de las actividades humanas durante las distintas fases del confinamiento debido a la COVID-19”. Véase <https://www.ign.es/web/ign/portal/covid-19/ruido-sismico>

Si asumimos la tesis de Sterne cuando afirma que en la industrialización y la urbanización en la era moderna, es decir desde finales del siglo XVIII hasta mediados del XX, disminuyeron progresivamente la capacidad física de las personas para oír y discernir unos sonidos de otros, el paso de la modernidad sólida a la modernidad líquida probablemente siga disminuyendo nuestra capacidad fisiológica, pero a ésta debemos añadir otro tipo de sordera, la intelectual y psicológica. Hoy, al ruido de ambiente debemos añadir el ruido psicológico y el comunicacional. El «ruido es una suciedad tanto acústica como visual. Contamina la atención»²⁶⁵. Un ruido que invade nuestras descentradas sociedades, tendentes a la no escucha y la autocomplacencia, entretenidas extraordinariamente en lo visual y en el culto al cuerpo. Nunca se oyó tanta música

²⁶⁴ ATTALI, *Ruidos...*, p. 248.

²⁶⁵ HAN, *No-Cosas...*, p. 100.

como en nuestra era digital, pero el ruido de ambiente y la atrofia de los sentidos no nos dejan escuchar con claridad²⁶⁶. El silencio en la era posindustrial es símbolo de improductivo y el ruido de las máquinas ha sido sustituido por el incesante ruido que producen las comunicaciones, prometiendo «un incremento de la producción. Así es como la presión para producir se expresa como una presión para comunicar»²⁶⁷.

Luca Marconi cree que la necesidad del hombre de la sociedad industrial y posindustrial de tener ocupado el oído con música de fondo frente al incómodo silencio es consecuencia del poder que sólo tienen algunos sobre el control del entorno, tanto en cuanto a la manipulación y el estímulo dirigidos hacia al consumo de las masas, una idea recurrente en los ya citados Jacques Attali, Theodor Adorno y Umberto Eco. Dice Marconi:

De ello se deduce que el hombre común, tanto en las sociedades industriales como en las postindustriales, al tener que elegir si el entorno en el que se encuentra es silencioso o tiene música de fondo, opta por la segunda solución por miedo al silencio; un fenómeno que sólo puede ser acogido por quienes, ostentando el poder sobre dicho entorno, prefieren que quienes pasan el tiempo en él integren el acto de producir o consumir con la actividad de oír música sin escucharla, en lugar de con la de reflexionar sobre su propia condición. Además de desarrollar proyectos de diseño acústico, es necesario reevaluar el silencio parcial²⁶⁸.

Es decir, el manejo de la música como apagador de los ruidos de fondo se diseña con un fin comercial e industrial que permanece bajo el control estricto del capital. O como dice la profesora Karin Bijsterveld, nuestra cultura tiene un miedo mortal al silencio y a la pasividad asociada a la ausencia de sonido²⁶⁹. Si hay movimiento hay vida y si hay movimiento debe haber ruido. Por ejemplo, el ruido de las fábricas se alió con la música para apagar la sensación agotante y aumentar los ritmos de trabajo en las décadas de 1930 y 1940. Como dice Bijsterveld «It is, in fact, one of the ironies of history that background music, introduced as a means of masking noise, has become one of the practices that noise abatement societies such as Pipe Down

²⁶⁶ Vid. <https://www.elmundo.es/papel/historias/2019/06/28/5d14e1cf21efa0e2778b4595.html>

²⁶⁷ Vid. HAN, *La desaparición de los rituales*, p. 26.

²⁶⁸ Marconi, Luca: “Muzak, jingle, videoclips” en NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001), p. 683; [*Ne consegue che l'uomo comune, sia nella società industriale che in quella postindustriale, dovendo scegliere se l'ambiente nel quale si trova sia silenzioso o dotato di musica di sottofondo, opti per la seconda soluzione per paura del silenzio; fenomeno che non può che essere gradito da chi, detenendo il potere su tale ambiente, preferisce che chi vi passa del tempo integri l'atto del produrre o del consumare con l'attività eli sentire musica sen-za ascoltarla, piuttosto che con quella di riflettere sulla propria condizione . Oltre a sviluppare progetti di design acustico, è allora necessario rivalutare il silenzio parziale*].

²⁶⁹ BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound...*, p. 2.

International today deeply yearn to get rid of»²⁷⁰. He aquí otra de las grandes paradojas de la posmodernidad: a pesar de haberse constituido un ser individualizado, subjetivado y libre, éste prefiere estar rodeado de ruidos generados por otros y por una música que no escucha, *per paura del silenzio*.

En el año 1986, el cantante español Miguel Ríos lanzaba el álbum, *El año del cometa*, que incluía una canción titulada “El ruido de fondo”. Su letra dice así:

Hoy me levanto con la duda de ayer.
Y estoy cansado de la misma canción.
Mi cabeza da vueltas, necesito encontrar,
Algo que me saque de la depresión.
Oigo los gritos de mi vecina
Y los latidos de mi corazón.
Siento zumbidos en los oídos.
Interferencias en la emisión.
¿Que ha sido eso que me ha sobresaltado?
Un giro del planeta sobre su eje oxidado.
Huyo del vacío y me dedico a escuchar.
Es el Ruido de Fondo que sinceramente hará esto.

El Ruido de Fondo

Es el agua por la tubería,
Son las ruedas de goma al pasar,
Las sirenas de la policía,
Ese pájaro, motor, martillo, fijador.

El ruido es vida para Miguel Ríos en un doble sentido. Primero porque el ruido indica que hay gente a nuestro alrededor que vive su día a día generando constantemente ecos que indican a los demás de la existencia de uno mismo. En segundo lugar, porque quien oye los ruidos es consciente de que existe, de que vive y recibe el ruido de los otros, y que participa del estruendo con sus propios ruidos. La música en la era digital tiende a ser simplemente un sonido más. La fiesta sacrificial del silencio no produce nada, por eso el capitalismo lo odia²⁷¹. El ruido de la comunicación desacraliza el mundo. Ya nadie escucha. La música ambiental y el muzak son dos de los más claros ejemplos de música pensada para no ser escuchada, para sumarse al paisaje sonoro, un paisaje inadvertido que contamina el aire y vacía las mentes. Música destinada a un oyente asintomático que asume la música como mera función, para otros fines que no sean los estéticos.

²⁷⁰ BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound...*, p. 87.

²⁷¹ HAN, BYUNG-CHUL: *No-Cosas...* p. 97.

Entre las músicas funcionales elaboradas para la escucha inadvertida tenemos la música ambiental, el muzak, la música de cine, la radio, buena parte de la música popular y, por su puesto, muchísima música que fluye desde las plataformas de streaming. Veamos como todas ellas se alejan al oyente de la escucha atenta.

3.4.1. Música ambiental²⁷²

Apuntaba Adolfo Núñez en 1997 en la revista *Ritmo*: «En primer lugar hoy la música mayoritariamente no se escucha. Se oye como fondo a la imagen (cine y TV) y en casi toda situación (compras, trabajo, viajes, comer, charla, lectura, etc.)»²⁷³. Es la industria del entretenimiento, continúa, cuyo objetivo consiste en que consumamos el tipo de música que «la investigación de marketing revele más rentable» lo que termina conformando el gusto, y es después de años de saturación de «propaganda sonora» la que termina imponiéndose²⁷⁴. La formación del gusto y la invasión de la música de fondo, son para Núñez, las dos causas que han empobrecido la escucha provocando «una sordera generalizada». La música clásica no escapa de esta deriva, afirma, pues es utilizada como fondo ambiental, y se «empobrece mediante la insistencia machacona en un repertorio trillado como base para espectáculo de unos intérpretes [...] que desearían estar constantemente buceando en nuevas obras del pasado y del presente», pero no pueden. Es la «tiranía del mercado» y la «competición por realizar interpretaciones cada vez más perfectas», la que les obliga a centrarse en un repertorio limitado. «Esto se acerca más a la industria que al arte», finaliza Núñez²⁷⁵.

La crítica dirigida por Núñez a la falta de atención en el año 1997, a la pérdida del valor artístico en favor del interés comercial, responde a unos modelos que venían dándose desde hacía años. Internet, sobre todo, y la facilidad con la que la tecnología digital provocó que la

²⁷² Algunos investigadores establecen diferencias entre la música ambiental y la música de fondo. Anahid Kasabian considera las diferencias en base a los modos de escucha. La música ambiental es una música creada para ser escuchada tanto activa como pasivamente, como un medio imperceptible que transite de un plano de fondo hacia un plano más cercano cuando el compositor así lo decida mediante el uso de repeticiones, variaciones, etc., El objetivo es provocar un cambio en el estado de ánimo. La música ambiental puede escucharse en dos planos diferentes. La música de fondo no busca que el oyente transite entre estos planos. Sin embargo, desde mediados de los ochenta, la música de fondo se ha convertido en música que se escucha en primer plano, con lo que las líneas entre la música de ambiente y la música de fondo se han difuminado. Véase, KASSABIAN, ANAHID: *Ubiquitous listening. Affect, attention, and distributed subjectivity* (University California Press, 2013), p. 5; TOOP, DAVID: “Environment music” en SADIE, STANLEY & TYRRELL JOHN (eds.): *The New Grove Dictionary of Music and Musicians*. Londres: Macmillan, 2001 [1980] Para nuestros propósitos usaremos indistintamente una y otra expresión puesto que nuestro interés se dirige a la función que tienen ambas como música diseñada para no ser escuchada con atención.

²⁷³ NÚÑEZ, ADOLFO: “El papel de la música de creación en la sociedad actual”, en *Ritmo*, N.º. 686, abril (1997), pp. 65-66.

²⁷⁴ *Ibid.*

²⁷⁵ *Ibid.*

música estuviera en todos los espacios públicos y privados, la sobrecarga de músicas y la facilidad con la que se podía acceder a ella, truncaron las tradicionales formas de acercamiento a la escucha. Pero aún falta apuntar un hecho histórico importante. La música clásica, antes de la era del fonógrafo, no tuvo que competir, como ahora sí ocurre, contra otros modos de producción cultural de masas y de ocio con los que debe repartirse el tiempo del público. Entre esos modelos de producción cultural se hayan el cine, la radio, la televisión, las plataformas de vídeo y películas, la informática, o los videojuegos.

Inconscientemente solemos dar por hecho que la música se compone para ser escuchada, pero esto no es del todo cierto, ni siquiera en el caso de la música clásica. En la historia de la música occidental existen músicas que fueron compuestas para ambientar, para no ser escuchadas con atención sino con una función secundaria, pero que, con el tiempo, y gracias al nacimiento de la musicología, fueron incorporadas al corpus de músicas que debían escucharse atentamente. Buenos ejemplos de ello son las Variaciones Goldberg, la Talfelmusik, las serenatas, oberturas, música para banquetes, bailes de máscaras u otros eventos sociales, y un largo etcétera. «En muchos teatros de ópera italianos, durante mucho tiempo el primer plano correspondió a la comida, a los juegos de cartas o al sexo», afirma Franco Fabbri, una música que servía de complemento a todas esas actividades²⁷⁶.

La escucha no atenta siempre se ha asociado con ambientes distendidos que no exigen de un interés auditivo especial. Ambientes festivos, lúdicos, de recreo o simple consumo, lugares y espacios en los que la música de mobiliario inunda el ambiente para llegar a nuestros descuidados oídos²⁷⁷. Es interesante el análisis que hace Josep Martí sobre el uso de la música ambiental en estos ambientes festivos en los que se produce una pérdida del valor simbólico de la música. La cita es larga, pero creo merece la pena traerla a colación:

No hace falta decir que la música ambiental ha contribuido a dar la sensación de naturalidad por lo que respecta a la audición musical. Antes, hasta hace cincuenta años, ir a un concierto de música o al baile eran hechos no siempre necesariamente excepcionales, pero tampoco tenían el rango de bienes no escasos y por tanto se daba a estos acontecimientos mucha más importancia que en la actualidad. Actualmente oír música se ha convertido en una naturalidad, ya que basta con poseer un sencillo transistor o estar sentado en la estación del metro para escucharla. Una

²⁷⁶ FABBRI, FRANCO: “La escucha tabú” en GARCÍA QUIÑONES, MARTA (ed.): *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental*, (Barcelona, Orquesta del caos, 2008), p. 26; SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 43.

²⁷⁷ Véase MARTÍ, JOSEP: *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales* (Deriva Editorial, 2000).

naturalidad que incluso se puede convertir en molestia en el caso de los “hechos musicales impuestos” que pueden aparecer en el uso de las músicas ambientales. Evidentemente, naturalización implica un cierto grado de desvalorización, y sin ninguna duda es en las músicas ambientales donde esto se manifiesta de manera más patente. Una desvalorización producto tanto de la pérdida de la sacralidad —son músicas desprovistas de ritual— como de su naturalización. La idea básica de las músicas ambientales es que las escuches con la misma facilidad e inconsciencia que el aire que respiras. Un hecho que por cierto fue ya anunciado de manera premonitoria por Paul Valéry: Igual que el agua, el gas y la corriente eléctrica vienen a nuestras casas, para servirnos, desde lejos y por medio de una manipulación casi imperceptible, así estamos también provistos de imágenes y de series de sonidos que acuden a un pequeño toque, casi a un signo, y que del mismo modo nos abandonan²⁷⁸.

Naturalizar implica desvalorizar porque forma parte de la descomposición del valor simbólico que siempre se ha asociado a la música en vivo. La sobreabundancia y la no correspondencia entre el espacio físico-temporal y la música generan una pérdida de su valor simbólico. Gana el valor de uso y funcional, pero pierde el valor estético del arte. Esa desacralización del arte a la que se refiere Martí no es más que el aura de Benjamin, el ruido de Attali, o la desritualización y la destradicionalización de las conductas que marcaron las praxis auditivas durante más de doscientos años.

La música forma parte de nuestra vida cotidiana, la encontramos en multitud de espacios públicos y privados, siempre disponible en cualquier lugar y tiempo. No solo los ruidos acompañan nuestra cotidianeidad, también la música. Las actividades cotidianas están casi siempre acompañadas de música en nuestra era posmoderna. Una música totalmente ubicua que invade el aire. Pero también se encuentra más ausente en nuestra consciencia que en tiempos pretéritos. Presente en el ambiente, ausente en la conciencia. En general, como advierte Franco Fabbri, ahora la mayor parte de la música que escuchamos es sobre todo ambiental, música grabada y difundida través de la amplificación²⁷⁹. Este tipo de música que se percibe de manera desatenta, involuntaria y que es considerada «contaminación musical», suele ser tildada de «música pasiva». Oída por oyentes indiferentes de la misma manera que los fumadores pasivos inhalan el aire contaminado por otros. Lo más importante es destacar el argumento que señala que este tipo de música es mala como un medio que la diferencia de la música «seria». Argumento que

²⁷⁸ MARTÍ, JOSEP: “Músicas invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión”, en *Trans. Revista Transcultural de Música*, Nº 6, 2002 [5/08/2020]. Para más información al respecto véase también FABBRI, FRANCO, *et al*: “Algunas consideraciones sobre las músicas ambientales en contextos festivos”, en *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental* (Barcelona, La orquesta del caos, 2008).

²⁷⁹ FABBRI, *La música que no se escucha*..., p. 9.

al fin y al cabo no deja de ser más que un constructo social e ideológico que debería hacernos recordar que la música de mobiliario ha formado siempre parte de la historia de la música y que, además, en la historia de la humanidad la música ha desempeñado otras funciones «no ligadas a la institución del concierto» ni a una «escucha concentrada». Dice Fabbri:

En otras palabras: evidentemente a algunos musicólogos hay que recordarles que la interacción entre la tecnología, las funciones sociales y lingüísticas de la música, los géneros, la semiótica y la psicología de la percepción musical es un poco más compleja que la división en dos del mundo de los sonidos: a un lado los buenos (una sinfonía de Mozart o de Brahms escuchada con atención en una sala de conciertos), y al otro los malos (música pop transmitida a alto volumen por la radio del tipo que ha plantado su sombrilla al lado de la nuestra, y escuchada con disgusto)²⁸⁰.

La música ambiental como la entendemos hoy es tan solo una de las muchas consecuencias de los procesos de industrialización de los siglos XIX y XX, «una especie de comunicación fática dentro de nuestro capitalismo tardío»²⁸¹. Esto quiere decir, como ironiza Josép Martí, que «alguien o algo está ahí pensando en ti, para tu bienestar, para que te sientas más seguro, para que no te aburras, para alegrarte el ánimo...al menos en teoría». Al fin y al cabo, la música es un tipo de comunicación «que sirve para hacer recordar quién posee el control sobre aquella situación en la que tú eres un mero transeúnte»²⁸². Una visión neomarxista que le concede la supremacía del control económico al capital y la industria.

Se suele identificar la música de ambiente con la música muzak pero creemos que son dos conceptos distintos. Ambas deben sonar en altavoces. La música muzak se da fuera del hogar y tiene una finalidad dirigida al control y al manejo inconsciente de los individuos psicologizados que ocupan tanto los espacios urbanos como los privados. La música muzak siempre es controlada desde afuera. Por su parte, buena parte de la música ambiental que oímos se da en los hogares mientras se realizan actividades domésticas o se teletrabaja. Existe una diferencia muy importante entre estos dos tipos de música ya que la que se oye fuera del hogar escapa a nuestro control, no podemos elegirla ni callarla, está diseñada para el manejo emocional y conductual de quien ocupa un espacio, y está dirigida a la toma de decisiones incontroladas. Por el contrario, la música ambiental que escuchamos en nuestro hogar sí permanece bajo nuestro control, podemos decidir cuándo, cuánto, qué y dónde queremos oírla²⁸³.

²⁸⁰ *Ibid.*, p. 19-20.

²⁸¹ MARTÍ, JOSEP: “Como el aire que respiramos: músicas ambientales en espacios de la cotidianidad” en *Música oral del Sur: revista internacional*, N°. 8, 2009, p. 173.

²⁸² *Ibid.*

²⁸³ Aunque veremos en el siguiente capítulo que la música a través del streaming puede llegar a manipular nuestra escucha a través de la aplicación de potentes algoritmos o la inteligencia artificial.

El ser humano ha evolucionado y desarrollado sus sentidos para protegerse de invasiones exteriores que puedan causarnos daño, para alertarnos de ciertos peligros. Usamos gafas de sol para proteger la vista de la excesiva radiación solar; aguantamos la respiración o aceleramos el paso si nos rodea un hedor desagradable; protegemos nuestro cuerpo si sentimos frío o calor; retiramos rápido la mano del fuego o la espina del rosal. Pero no hemos desarrollado un mecanismo evolutivo que nos proteja de la basura sonora ambiental. Esto tiene una explicación en el desarrollo evolutivo del hombre, pues el oído, junto al olfato, permanecían siempre alerta para proteger de los peligros externos. El oído servía para advertir mientras quedaba anulada la vista durante el sueño. Por eso, nuestros pabellones auditivos no tienen unas membranas que se pliegan como hacen los párpados de los ojos²⁸⁴.

La seguridad relativa de hoy en día frente a depredadores naturales garantiza que no debemos prestar atención a buena parte de los sonidos ambientales y, sin embargo, nunca como ahora habíamos estado tan expuestos a los ruidos y de manera tan continuada. El ruido forma parte del paisaje sonoro en nuestras vidas. No dependemos de nuestro oído para subsistir pues los sonidos considerados peligrosos vienen dados desde hace siglos por las creaciones del propio hombre: una alarma, el claxon de un coche, una sirena, una fuerte explosión. Al no prestar atención a los ruidos de fondo cotidiano, nuestra atención a los sonidos cercanos tiende a desvanecerse. No solemos prestar atención al mundo sonoro salvo cuando decidimos hacerlo por voluntad propia. El prehistórico dependía de su fino oído (y su olfato) para la salvaguarda propia y la de su grupo. El hombre contemporáneo está rodeado de sonidos ambientales con los que convive y a los que no presta ninguna atención, ya que la gran mayoría de ellos son reconocidos como inofensivos.

La música ambiental es una superabundancia de sonidos supuestamente altruistas que promueve la escucha inocente. Escuchamos música en segundo plano en ingentes espacios y actividades: correr, cocinar, hacer el amor, viajar, caminar, comprar, realizar ejercicio físico, etc. Todos somos oyentes pasivos audio-dirigidos en los contextos de nuestra propia vida diaria.

Con todo ello, aun en las actividades acompañadas de música, la atención prestada puede pasar por distintas fases. Si emprendemos un viaje por una carretera poco transitada, con pocas curvas, buen asfalto y buena visibilidad, puede que prestemos más atención a la música ambiente que si nos encontramos en una ciudad desconocida buscando el museo nacional de arte contemporáneo.

²⁸⁴ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 44.

En cuanto al ritual de la escucha, la música ambiental carece por completo de la toma de decisiones tanto para su preparación como para la finalización. Más aún, la música ambiental debe carecer obligatoriamente de cualquier ritual si desea cumplir su verdadera función, la de no ser escuchada para servir a otras actividades.

Los espacios en los que opera la música ambiental delimitan sus funciones específicas, pero también los estilos y géneros de música que deben sonar; hasta el volumen es un elemento que hay que controlar, no vaya a ser que el oyente escuche. José Martí aborda este tema²⁸⁵: «La música ambiental sirve tanto para vestir espacios vacíos como para disimular sus carencias o disfrazarlos»²⁸⁶. Música servil a múltiples funciones. Según Martí, la música de concierto tiene una «centralidad absoluta» por ser la música el eje principal del evento. Otros tipos de música, como por ejemplo la música de verbena, tiene una «centralidad compartida» con otra función, en este caso, la celebración festiva ya «que se halla claramente supeditada al marco general de sociabilidad»²⁸⁷. Pero la música ambiental, concluye, carece de cualquier atisbo de centralidad, puesto que «la música aparece completamente fuera del foco de atención de los actores sociales», no se le presta atención, pasa inadvertida.

Ahora bien, con todo lo dicho, podemos afirmar que Martí tiene razón solo en parte. Es indiscutible que la música Muzak no fue el primer sistema de música ideado para no ser escuchada, y tal vez fuese el primero en hacerlo con música grabada, pero ya vimos que la música en vivo, la música seria, también ha desempeñado un papel funcional a lo largo de la historia como un elemento no centralizado al servicio de otras funciones principales.

Debemos tener cuidado para no confundir la funcionalidad de la música con los efectos que pueda tener en el oyente. La función secundaria para la que es creada la música puede acabar definiendo su objetivo original, pero también puede escabullirse de él. Además de la función y sus resultados o efectos sobre el oyente, la música ambiental también debe analizarse como un proceso de escucha distraída. Es decir, la función de la música ambiental es controlar o modificar los estados anímicos del oyente pasivo y sus conductas: cuánto más se aproxime a la consecución de sus objetivos, mejor estará cumpliendo la música ambiental su papel funcional, decían Dahlhaus y Eggebrecht. Una sonata de Beethoven en una sala de espera de un dentista o en un tren de cercanías no desempeña ni la misma función ni el mismo efecto en los oyentes pasivos que ocupen esos espacios que en la sala de concierto. La música en el dentista tiene una

²⁸⁵ MARTÍ, JOSEP: “Como el aire que respiramos: músicas ambientales en espacios de la cotidianidad” en *Música oral del Sur: revista internacional*, N° 8, 2009, 163-175.

²⁸⁶ *Ibid.*, p. 170. MARTÍ, JOSEP: “Como el aire que respiramos: músicas ambientales en espacios de la cotidianidad” en *Música oral del Sur: revista internacional*, N° 8, 2009, 163-175.

²⁸⁷ *Ibid.*, p. 171.

doble función: la de procurar un estado relajado en el paciente y la de visibilizar el aspecto educado y respetuoso al trabajo que desempeña el dentista. Entonces, una música como la de Beethoven, pensada en sus orígenes para ser escuchada con atención, puede modificar su supuesta autonomía de obra de arte y su compromiso estético de escucha, en una música meramente funcional al servicio del espacio ambiente y el manejo de las emociones. Luego, la música puede tener un objetivo primario delimitado, pero también puede variar en función de sus usos y de los espacios físicos en los que suena.

Las músicas ambientales «desafían» el mundo «altamente sacralizado por lo que a las prácticas musicales se refiere», afirma José Martí con el que estamos de acuerdo pero que debemos puntualizar²⁸⁸. No solo la música ambiental ha desacralizado la escucha. El desafío a la sacralización de la cultura es un proceso que no tiene nada de nuevo, que ha pasado por distintas fases y que tiene que ver con la masificación de la música y su mecanización, con secuelas para su democratización y el acceso a través de los medios comunicacionales y tecnológicos.

Otro tipo de música ambiente es la que procede de los reproductores de otros individuos en espacios públicos compartidos. A esta música se le suele llamar ruido por la sencilla razón de que solo debería ser escuchada por una única persona, pues no está liberada al espacio público. Esta es una música que sirve a los intereses individuales, pero afecta a los intereses públicos. Sirve al oyente con auriculares a decidir dónde, cuánto, cómo y qué música escuchar, pero al mismo tiempo se convierte en ruido de fondo para aquellos oyentes pasivos que están a su alrededor. Este es otro caso de música diseñada para ser escuchada pero que termina ocasionando molestias en otros.

La mayoría de la música ambiental no molesta directamente a los usuarios de las grandes superficies, metros, trenes, almacenes o dentistas. Se asume que es una música que está ahí y contra la que nada se puede hacer. Una música que llega a todos a la vez. Por eso a esta música se le llama muzak y no ruido. Se asume como algo natural, inevitable. Sin embargo, cuando la música no es compartida, cuando es evitable, su función de música ambiental desaparece para convertirse en ruido, como hemos visto en el caso de los auriculares.

²⁸⁸ *Ibid.*, p. 174

3.4.2. El muzak²⁸⁹

¿Qué porcentaje de toda la música que suena en el mundo en un solo día no es escuchada por nadie? No es que hoy *la* música esté en todas partes, sino que *toda* la música está en todas partes²⁹⁰. Y para todo el mundo. Ya no existe ninguna relación necesaria entre la ocasión (evento) de hacer música y la ocasión de escucharla. Si, como afirma Fritz, la música fue alguna vez esa organización de sonido que podía distinguirse del ruido, resulta que la música se ha convertido en el epítome del propio ruido. El ruido como música tiene hoy en día tantas aplicaciones como la música convertida en ruido. Por ejemplo, las grabaciones parecen estar abocadas a rellenar el incómodo silencio de la era posmoderna, entendiendo aquí por silencio no la ausencia de sonido sino la disipación de los sonidos producidos por el hombre.

Tenemos músicas pensadas para no ser escuchadas en espacios públicos, imaginadas para que nuestra atención se centre en otras actividades. Los centros comerciales, el dentista, los baños públicos, las tiendas de ropa y comida, los parkings, estaciones de servicio, restaurantes, gimnasios, y un muy largo etcétera, inundan con música muzak los lugares compartidos con una deliberada y preocupante intención.

La música ambiental, una música diseñada para no ser escuchada, no es algo exclusivo de la música muzak como hemos visto. Pero el muzak desde los años veinte ideó una música diseñada con unas características cuya finalidad es estrictamente comercial o productiva. La inercia de la mercadotecnia, los anuncios publicitarios y hasta el cine, también han contribuido a crear una música superflua, delineada para recalcar emociones, ideologías y el manejo de paisajes sonoros subjetivos que buscan el paroxismo experiencial de un oyente hiperconsumista.

El manejo del tiempo y el espacio de uno mismo y el de los demás obedece a procesos de control y dominio relacionados con la ideología capitalista. «El control sobre los espacios y los tiempos es un elemento crucial para obtener beneficios», dice David Harvey en 1990²⁹¹. La experiencia de nuestro espacio-tiempo experimentó una radical transformación desde 1970 dando paso al giro posmodernista mediante procesos cada vez más acelerados de producción. Cambios extraordinarios en la vida cotidiana por el aumento de elementos comunicacionales altamente inéditos y completamente tecnologizados que subjetivan la experiencia de la propia comunicación.

²⁸⁹ Véase LANZA, JOSEPH: *Elevator music: a surreal history of Muzak, easy-listening, and other moodson* (University of Michigan Press, 2003).

²⁹⁰ FRITH, SIMON: "Music and everyday life" en CLAYTON, *The Cultural Study of Music...*, p. 93.

²⁹¹ HARVEY, DAVID: "Tiempo y espacio como fuentes del poder social" en *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]), pp. 251-266.

En relación con esta idea, es necesario advertir que cuando una música escapa al control del oyente, cuando un oyente no tiene más remedio que oír una determinada música, en realidad estamos asumiendo que existe una relación de poder desigual que reduce al oyente a su simple condición humana. El dominio sobre el espacio y el tiempo constituyen una fuente de poder social e individual de nuestras vidas cotidianas. Desde la perspectiva política que la música adquiere en determinados contextos, el uso de músicas que influyen en actitudes, conductas y pensamientos, no es más que el poder de controlar las experiencias del oyente subordinado, del individuo doblegado, elementos todos ellos que son transformados en dinero²⁹².

3.4.3. La función secundaria de la música de cine

El *muzak* nace casi a la par que la sincronización del cinematógrafo con la música en la década de 1920. Un cine el de estos años que incorporó el sinfonismo decimonónico de compositores como R. Wagner, R. Strauss o S. Rajmáninov, así como buena parte del impresionismo musical y las orquestaciones al estilo de I. Stravinsky. Este sinfonismo cinematográfico cooperó en la transferencia y la consolidación del canon de música romántico al nuevo artefacto audiovisual, trasvase que realizaron compositores como Max Steiner y Bernard Herrmann. El cine también favoreció la modificación de los códigos normativos de escucha que procedían del diecinueve, con un diseño de escucha que cumpliera únicamente los propósitos del celuloide. El séptimo arte contribuyó a fragmentar la escucha y crear un tipo de oyente desatento que asumía la música como un elemento más que participa del ambiente y del espectáculo visual. Su elemento secundario al servicio de la imagen desplazó a la música a la función de mera atmósfera, cooperante del refuerzo argumentativo de situaciones, paisajes, acciones y emociones en el cine. De esta manera, el cine apadrinó la deconstrucción de la *idée fixe* de escucha atenta heredada de la burguesía del Romanticismo. El cinematógrafo contribuyó desde sus comienzos a la construcción de una música supeditada a la imagen creando un tipo de escucha normativo cercano a la *musique d'ameublement* de la que hablara Erik Satie en 1917²⁹³.

Una vez superada la fase de sincronización entre la imagen y el sonido, la música tan solo sería la compañera en el manejo del argumento y el apoyo de las emociones que proyectaba la pantalla. Con el tiempo el uso de la música como elemento secundario que enfatizaba los

²⁹² Véase SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), p. 213.

²⁹³ Música de mobiliario para referirse a la música de ambiente. Vid. E. SATIE, *Memorias de un amnésico y otros escritos*, tr. L. Casado, (Madrid: Fugaz, ed. Universitarias, 1989), pp. 111-112. También puede consultarse Marconi, Luca: "Muzak, jingle e videoclips" en NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001), pp. 675-700.

aspectos visuales del cinematógrafo abandonaría su papel de incidental para pasar a ser un elemento imprescindible, aunque todavía necesariamente secundario. La música de cine solo asumiría un papel principal cuando las bandas sonoras de las películas fueron editadas y vendidas por separado, bien para ser interpretadas por orquestas o bandas, bien para entrar en el mercado del disco. El problema de esta música es que no se trata de una música absoluta, sino que evoca el recuerdo impreso en la pupila del espectador, con lo que tal vez no pierda nunca su papel secundario.

Así es como las múltiples funciones que ejercía la música en la construcción del relato de los filmes han ido incorporándose por el espectador a sus códigos de escucha²⁹⁴. Funciones como la de ayudar al orden semántico, la contribución en la dirección de las emociones, la creación de atmósferas y ambientes, ambientaciones históricas, la organización del carácter narrativo, la estructuración del tiempo como modo de puntuación, etc., son elementos que han sido naturalizados por el espectador e incorporados por los oyentes a sus patrones auditivos. Unos patrones que no premian la atención de la escucha sino el refuerzo de la imagen.

3.4.4. La radio como música ambiental

Música para la distracción, ruido de fondo, hilo musical, música de ambiente. En las dos empresas de los años treinta y cuarenta dedicadas a la música ambiental -Muzak y WETA-FM- «su programación radiofónica —indica García Quiñones— trata el material de tradición musical clásica a la manera de hilo musical». Es decir, no trabajaban con música sino con material sonoro. La intención de estas empresas era que «la música debía adaptarse al ritmo del día», con lo que quedaba supeditada a un segundo plano, de nuevo mera función. Debía ser cambiante y amoldarse a las necesidades de cada franja horaria subrayando las distintas actividades: básicamente trabajo y ocio. La finalidad era la de hacer más llevadero el día²⁹⁵. Una música deliberadamente cosificada para la distracción.

La programación radiofónica de música clásica consistía en breves piezas o pasajes más o menos conocidos no destinados al aficionado de música clásica, sino a una masa anónima y distraída que usaba la radio como hilo musical, en donde tal vez pudiese encontrar breves momentos de atención de variable intensidad. La radio no debía contener pasajes que despertaran la «conciencia auditiva», o lo que es peor, fragmentos «desagradables» que animaran al oyente

²⁹⁴ ALCALDE, JESÚS: “La interacción música-imagen en la cultura de la escucha” en DE AGUILERA, MIGUEL, JOAN E. ADELL y ANA SEDEÑO (eds.): *Comunicación y música, I. Lenguaje y medios* (Barcelona: Editorial UOC, 2008), p. 151.

²⁹⁵ Véase MARTA GARCÍA QUIÑONES en FABBRI, Franco, *et al: La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental* (Barcelona, La orquesta del caos, 2008), p. 100.

a cambiar el dial. Tampoco debían ser extremadamente conocidas para no causar hastío. Pero peor aún debían ser totalmente nuevas ya que un repertorio desconocido generaba rechazo. El límite cronológico de la música que se debía emitir estaba en Stravinsky y comenzaba en Bach. Las obras posteriores a Stravinsky eran rechazadas fulminantemente²⁹⁶. Así, para la industria de la radio comercial, el oyente ideal era un oyente distraído y despreocupado. La música radiada podía provenir tanto de grabaciones como de música en directo.

Ya vimos que la grabación de música fue entendida en sus primeros años como mera repetición y mecanización, o como reproducción industrializada (Adorno) de soportes que simulaban el hecho único e irrepetible de la interpretación en vivo. Sin embargo, desde los mismos comienzos de la grabación de música se pueden observar distintas actitudes estéticas, decisiones y actuaciones tomadas en los procesos de grabación. No se trataba tan solo de recoger el sonido fielmente, sino de que los usuarios de fonógrafos, gramófonos y teléfonos aprendiesen a escuchar de otra manera: tanto por tratarse de un nuevo medio de difusión como para acostumbrarlo al sonido precario de los aparatos de reproducción.

Podemos imaginar que la disposición del intérprete ante un micrófono podía ser la misma que un modelo frente a la cámara fotográfica. El mismo hecho de estar siendo grabado (capturado) podría modificar las propias prácticas interpretativas de la misma manera que al notar que se estaba ante una cámara fotográfica podría provocar la adopción de una determinada postura, digamos, no natural. Una postura alejada de lo real, forzada. Así, la presión que ejerció la grabación en sus comienzos transformó la propia interpretación de la música en vivo.

Tales fueron las decisiones tomadas en torno a la grabación, que se acabaron componiendo obras específicamente diseñadas para ser escuchadas en aparatos de reproducción, al margen de su interpretación en vivo. Esto ocurrió sobre todo en la música ligera. Como afirma López-Cano, «la grabación propició una forma particular de interpretación musical por sí misma»²⁹⁷. Algunas composiciones también tuvieron que adaptarse a las limitaciones de espacio y tiempo de los soportes: desde grabar un repertorio específico acorde al tiempo de duración de cada soporte, hasta modificar plantillas instrumentales, hacer arreglos para instrumentos que fuesen mejor captados por la bocina de grabación, pasando por la creación de nuevas perspectivas de profundidad y espacialidad, muy diferentes a las de la escucha en vivo. O incluso la modificación de la sonoridad en instrumentos tradicionales mediante el uso de ecualizadores, compresores, etc.

²⁹⁶ *Ibid.*, p., 103.

²⁹⁷ LÓPEZ-CANO, RUBÉN: *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital* (Barcelona, Musikeon, 2018), p. 178

En suma, la radio transformó la interpretación y la escucha, redujo la atención del oyente y siguió constriñendo el repertorio radiado y programado.

3.4.5. ¿Música popular o muzak?

Franco Fabbri atrae nuestra atención sobre la capacidad y los juicios de valor en torno a la música, criticando a ciertos musicólogos que suelen menospreciar la música moderna popular y a sus oyentes. Informa el italiano, como ya se ha dicho antes, que siempre han existido escuchas desatentas a lo largo de otros muchos períodos históricos:

La música no destinada a la escucha atenta, como gran conjunto indiferenciado, incluye músicas interpretadas en directo y músicas difundidas a través de altavoces. Como sabe cualquiera que haya estudiado la historia de la música occidental, pero muchos musicólogos (también los historiadores de la música) demasiado a menudo olvidan, muchas obras que fueron creadas como fondo sonoro han sido incorporadas posteriormente al canon de la música de concierto. Según diversas anécdotas y leyendas, a esta lista habría que añadir incluso las Variaciones Goldberg, pero para seguir asentados en un terreno más sólido se podría decir que géneros como la Tafelmusik, la serenata, la casación y las oberturas (también las de Rossini) se caracterizaron por su función de acompañamiento de banquetes, mascaradas y otros eventos sociales, o por hacer aumentar con delicadeza la atención a la música, desde el grado cero hasta un nivel más adecuado a la música que iba a continuación. En muchos teatros de ópera italianos, durante mucho tiempo el primer plano correspondió a la comida, a los juegos de cartas o al sexo²⁹⁸.

Y concluye:

La música es arte (o lo era) en la medida en que se le presta atención, y el lugar canónico de este comportamiento apropiado es la sala de conciertos. Adorno es de rigor. En consecuencia, cualquier comportamiento distinto de aquél no merece siquiera ser discutido, sino para echarlo a la basura de la mala música y de la contaminación musical. Es un tabú²⁹⁹.

Vemos cómo la música ha tenido una función subalterna, ambiental, destinada a la interacción social a lo largo de la historia. Se usó para disimular el ruido del proyector, para estimular el consumo en los centros comerciales, para soportar esperas en el dentista o para llamadas

²⁹⁸ FABBRI, FRANCO: “La escucha tabú” en GARCÍA QUIÑONES, MARTA (ed.): *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental*, (Barcelona, Orquesta del caos, 2008), p. 26.

²⁹⁹ *Ibid.*, p. 32.

telefónicas. Este tipo de música ha sido creada solícitamente para acrecentar, amparar, cubrir, ocultar, transformar y disfrazar otras funciones, tengan estas más o menos que ver con la música. Estas funciones auxiliares de la música tienen por objeto que el oyente —convertido con el tiempo en consumidor y simplemente usuario— no preste cuidado a la música en sí para así focalizar su atención en el objetivo principal; léase, vender un producto, tranquilizar al paciente, ayudar a turbar y conmover determinadas escenas en películas, acompañar actividades cotidianas, socializar en espacios públicos, etc.

El problema al que nos enfrentamos es que, si cada vez se incorporan más músicas al grupo de músicas para no ser escuchadas, tal vez nos estemos dirigiendo indefectiblemente hacia conductas simplistas. Si cada vez hay más música a la que no se le presta atención, ¿cuál es el límite en el que debemos dejar de llamarla música? Un museo repleto de cuadros que nadie ve, una película de fondo en una fiesta, una escultura guardada en una planta subterránea, un libro que nadie lee, una música que nadie escucha, ¿es la muerte del arte?

La música popular es tildada en ocasiones de superflua. Una música que no solicita de nuestra atención, incluso habiendo pagado por ella en un concierto o un disco. ¿Qué funciones se pueden establecer entonces a la música popular? El sociólogo Jaime Hormigos Ruiz establece las siguientes funciones de lo que llama “la nueva música popular”:

- Función de diversión entendida como música de juego, estímulo a la divagación que invita al relax, el reposo o pretexto para olvidar los problemas de la vida cotidiana.
- Función catártica como música que provoca y consigue liberación y relajación en la que el individuo presta atención mínima. Por ejemplo, para la concentración, la lectura, las compras, etc.
- Función técnica como música creada por el músico profesional en la que la música se analiza según criterios de habilidad, técnica, originalidad, etc. Esta función se encuentra más próxima al ejercicio de crítica estética.
- Función de idealización como sublimación de los sentimientos y los problemas como modo de evasión inmediata. Se presenta a modo de «narcótico» y con temas como el amor y la pasión.
- Función de refuerzo o duplicación como música que intensifica las emociones de la vida cotidiana.

Diversión, catarsis, técnica, conmoción. ¿Qué lugar ocupa la escucha? Con estas categorías funcionales, Hormigos se acerca a las ideas de Umberto Eco, según las cuales la difusión de la música grabada a través del CD genera que la gente escuche música reproducida pero no

aprenda a producir música. Eco afirmaba que para entender mejor la música es mejor producirla que escucharla. La pérdida del diletantismo «representa una pérdida cultural» que empobrece a las sociedades y cuya solución pasa necesariamente por la educación escolar. Recalcaba, con una imagen que nos recuerda a Adorno, la idea de que la música enlatada le preserva a la música una función puramente comercial³⁰⁰. Para todos ellos —Adorno, Eco, Hornigós y muchos otros—, la música en vivo dispone de mayor valor cultural que la música grabada ya que la industria construye una idea del gusto que deja al margen una gran cantidad de estilos y músicas no conocidas para el público. Insinúan que la música que se expresa directamente entre el intérprete y el oyente es más auténtica por el simple hecho de requerir un esfuerzo físico y un vínculo directo entre ellos. Pero ¿no es la idea del canon de música auténtica una construcción del gusto que arrastramos desde el siglo XIX? ¿No estuvo esa idea del canon amparada por la prensa, la crítica musical y la musicología? A veces parece que nos olvidamos de que toda música puede ser comercializada y que en todas las épocas se ha prestado la música al mercado. Lo único que diferencia cada época son los medios empleados para ello.

Tales discursos mantienen oculta la vieja relación de la idea de autenticidad, originalidad y obra que hemos visto. Ambos, la superioridad de la música en vivo frente a la degradación que produce la música enlatada, y la relación interna de lo auténtico con la música en directo, no dejan de ser posturas, criterios estéticos y discursos que no tienen más propósito que legitimar determinadas prácticas artísticas centradas en rituales que desean preservar sus tradiciones, por otro lado, poco reformistas, poco progresistas³⁰¹.

Sencillamente, lo que ocurre con la avenida de la grabación es que surgen nuevas formas de escucha. Surge una actitud ante un nuevo mecanismo para el disfrute de la música. Y de la misma manera que en las innovaciones en el campo de la composición y las renovadas actitudes estéticas requieren de un tiempo de adaptación por parte del público, la introducción de nuevos soportes y nuevas tecnologías requiere un periodo de adaptación, de adopción estética y cultural. El impacto que causó la música grabada a finales del siglo XIX dejó su impronta en los ideólogos de la época y hasta en los pensadores más tardíos que hemos citado: actitud totalmente legítima pero que no debería discriminar nuevas formas de cultura.

Si se desmontase el discurso en torno a la autonomía, la obra, la originalidad y la autenticidad, tal vez podríamos llegar a cuestionar nuestro modo de escucha atenta. Por ejemplo,

³⁰⁰ El término música enlatada fue usado por primera vez por el compositor de ascendencia española John Philip Sousa cuando surgieron las primeras grabaciones.

³⁰¹ LÓPEZ-CANO, *Música dispersa...*, p. 181.

Jonathan Sterne ayuda a desmontar la idea de autenticidad y la superioridad del objeto artístico cuando es aplicado a la interpretación en vivo frente a la grabación, argumentando lo siguiente:

Si su reproducción existe incluso como posibilidad, la producción de sonido se orienta hacia la reproducción desde el mismo momento en que el sonido se crea en una "fuente". La reproducción del sonido siempre implica una práctica distinta de producción de sonido. Como en el caso de Duthernoy, el evento sonoro se crea con el propósito explícito de su reproducción. Por lo tanto, ya no podemos argumentar que las copias son versiones degradadas de un original más auténtico que existe fuera o antes del proceso de reproducción. Tanto la copia como el original son productos del proceso de reproducibilidad. El original requiere tanto artificio como la copia. Las filosofías de la reproducción sonora que hacen referencia a una autenticidad previa que no se reproduce ni es reproducible son insostenibles, ya que su punto de referencia -un original auténtico no contaminado por la reproducción- es, en el mejor de los casos, un falso ídolo³⁰².

En una línea similar a la de Sterne, Simon Frith defiende que el original dejó de ser un acontecimiento para pasar a ser una idea, una simple construcción ideológica³⁰³. Por su parte, Damon Krukowski alega que no solo tenemos más música que nunca en la historia gracias al acceso y los dispositivos digitales, sino que también disponemos de menos tiempo para escuchar música que cuando escuchábamos discos o vinilos (aunque incomparablemente mayor que en tiempos anteriores a la fonografía). «La música digital ha generado un déficit temporal» hacia la escucha de música, dice Krukowski ³⁰⁴. Una paradoja que entronca con las ideas de Hartmut Rosa acerca de la triple aceleración tecnológica, social y del ritmo de vida, que nos arrastra a la sensación de que disponemos de menos tiempo. En este sentido, Krukowski parece tener razón, pero a diferencia de Eco y Hormigos que centraban su alegato en torno a una depreciación cultural en la escucha con claros tintes intelectualistas, Krukowski entiende que para escuchar con atención se requiere simplemente de más tiempo. Sin embargo, como ya vimos de los datos ofrecidos por el IFPI, hoy se escucha más música que nunca en la historia;

³⁰² STERNE, *The audible past...*, p. 241. [*If its reproduction exists even as a possibility, sound production is oriented toward reproduction from the very moment sound is created at a "source." Sound reproduction always involves a distinct practice of sound production. As in Duthernoy's case, the sound event is created for the explicit purpose of its reproduction. Therefore, we can no longer argue that copies are debased versions of a more authentic original that exists either outside or prior to the process of reproduction. Both copy and original are products of the process of reproducibility. The original requires as much artifice as the copy. Philosophies of sound reproduction that reference a prior authenticity that is neither reproduced nor reproducible are untenable since their point of reference—an authentic original untainted by reproduction—is at best a false idol*].

³⁰³ FRITH, *Ritos de la interpretación...*, p. 143.

³⁰⁴ Krukowski, *The new analog...*, p. 102.

unas dieciocho horas semanales. El déficit temporal al que se refiere Krukowski no es literal, sino que es un déficit que afecta a lo psicológico y a la calidad de la atención.

¿Cuántos de los que descargamos en los noventa toda aquella ingente cantidad de música a través de Emule, BitTorrent o Ares pudimos escuchar todo lo que almacenamos en lo más profundo y recóndito de nuestros discos duros? Si escuchar música requiere tiempo y hacerlo con atención más aún, y, si cada vez disponemos de menos tiempo, resulta natural pensar que estemos reduciendo el tiempo destinado a la escucha como única y exclusiva actividad cultural. Este es un buen momento para recordar que el 60% de las canciones que pinchamos en Spotify no pasan de los 20 segundos de escucha en lo que podríamos llamar puntillismo aural. Entonces, las dieciocho horas semanales de escucha que alude el IFPI no muestran la realidad de la escucha. Simplemente se trata del tiempo que el usuario medio tiene en marcha su plataforma streaming, pero eso no indica que se esté escuchando.

Tal vez se trate simplemente de eso, de una sensación de falta de tiempo, más que de una falta real³⁰⁵. Judy Wajcman argumenta que la sensación de velocidad creciente y la aceleración ha formado parte de los análisis sociales al menos desde el siglo XIX, con la industrialización como causa-efecto, y que los conceptos de velocidad asociados al progreso continúan en los discursos contemporáneos³⁰⁶. El resultado final es que existe la sensación de falta de tiempo, a la vez que experimentamos una escasez de tiempo real. Esta es otra paradoja contemporánea, consecuencia de la psicologización emancipadora del individuo posmoderno.

Resumiendo, convertir la escucha popular en música muzak o música de fondo es consecuencia de los procesos de industrialización y de abundancia de la era posmoderna. Aunque destinemos más tiempo que nunca a la música, eso no implica que detrás de cada música haya un oído pensante.

3.4.6. El 'streaming' como hilo musical

Las plataformas de *streaming* actuales fomentan, como dice Christopher Huss en *Diapason*, «la escucha fácil» y la escucha de compilaciones, no de álbumes enteros como ha sido costumbre desde los años cincuenta cuando el *long play* llegó al mercado del disco³⁰⁷. Este puntillismo

³⁰⁵ François Joseph Fétis ya se quejaba en 1830 de que «sobre todo en el estado de perfecta civilización en que nos hallamos, al vernos precisados a emprender muchas cosas diversas, muy poco podemos fijarnos en cada una de ellas»; FÉTIS, FRANÇOIS-JOSEPH: *La música puesta al alcance de todos. O sea, breve esposición [sic.] de todo lo que es necesario para juzgar de esta arte y hablar de ella sin haberla estudiado* (Barcelona, Biblioteca Vidal, 1873), p. VIII del prólogo. Traducido por Antonio Fargas y Soler y editado por Andrés Vidal y Roger.

³⁰⁶ WAJCMAN, JUDY: *Esclavos del tiempo. Vidas aceleradas en la era del capitalismo digital* (Barcelona, Espasa, 2017, [2015]).

³⁰⁷ CHRISTOPHER HUSS: “Une révolution audiophile”, en *Diapason*, n.º. 679, Mayo 2019, p. 23.

auditivo, estas píldoras sonoras, este beber a sorbos acústico, tiene varias consecuencias negativas en el individuo. Fragmentar el álbum y el disco ha perjudicado sobre todo al concepto de obra de la música clásica grabada pero también al álbum conceptual de música popular. Bien se trate de música instrumental, programática, bien se trate de ópera o música teatral, la tendencia en la era digital ha sido la de diseccionar las obras de música clásica para una escucha rápida.

Al estar más vinculados los algoritmos empleados en el streaming con el mercado de la música popular que con las de la música clásica, resulta normal que Ludovico Einaudi haya sido el compositor de música clásica más oído en el 2018 en Gran Bretaña. Einaudi es un compositor minimalista y pianista que representa el 8,6% de toda la música clásica escuchada en *streaming* en el Reunido Unido. Esto ocurre precisamente porque la gente que escucha música clásica en la red lo hace buscando un estado anímico concreto vinculado al relax, muy a menudo a base de piezas cortas³⁰⁸. Piezas cortas, música que no atraiga en exceso, que no distraiga de otros quehaceres, música sin demasiados cambios armónicos, melódicos, dinámicos y rítmicos, con un volumen medio o bajo, son elementos que priman una escucha distraída. Cómo se distribuye en bloques la música clásica en plataformas como Spotify nos ofrece buenas pistas sobre el trato que se le da a esta música: Classical Essentials, Easy Classical, Classical Moments in Movie, Classical New Releases, etc³⁰⁹.

En la era digital la música de ambiente ya no se limita a rellenar el espacio físico con sonidos de fondo. Cada vez son más las empresas que usan muzak como carta de presentación, con funciones como la de la eliminación de ruidos de fondo y, paradójicamente, la anulación del incómodo silencio. La música de fondo elimina la incomodidad del silencio en las salas de espera y en los espacios públicos compartidos³¹⁰. La música de fondo ha sustituido a la conversación con el vecino de asiento, que es visto ahora como un extraño.

Es necesario eliminar el ritual de escucha si se quiere llegar al individuo. Hay que desvincular el ritual de su contexto histórico, estético y artístico si realmente queremos que la música de fondo cumpla sus funciones: la de ir dirigida al consumo, la de la producción manual, la de la inconsciencia del tiempo y el lugar, la de la descontextualización de cualquier parámetro ritual, social o ideológico. La música de fondo sustituye nuestro incómodo silencio por el anestésico ruido de fondo. Nuestra sociedad parece tener un miedo atroz al silencio, un miedo generalizado que puede explicar la omnipresencia de la música³¹¹.

³⁰⁸ *Ibid.*

³⁰⁹ Última consulta 04/07/2019

³¹⁰ *Vid.* MARTÍ, JOSEP. 2002. "Música invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión". *TRANS-Revista Transcultural de Música* 6 (artículo 13). [Consultado 7 de octubre de 2018].

³¹¹ BIJSTERVELD, *Mechanical sound...*, p. 10.

Otra paradoja posmoderna es que, dada esta extraordinaria omnipresencia y el carácter exhibicionista, la música está más presente que nunca al mismo tiempo que se aleja del concepto de arte y se acerca al de la esfera funcional. A la ubicuidad ha contribuido necesariamente la tecnología al convertir la música en ocio hiper-accesible, asequible a todo tipo de espacios y tiempos cotidianos y extraordinarios, categorías sociales y culturas. El ritual del jugar ha muerto, pues éste también forma parte ahora del ensordecedor ruido de fondo de las ciudades.

Las múltiples funciones que ejerce la música de hoy en el campo semántico sobre el manejo de las emociones, la creación de atmósferas, la ambientación histórica (en películas y eventos, por ejemplo), dentro del campo sintáctico como acentuadora de ritmos, puntuación, subrayados narrativo-expresivos, las marcas de carácter retórico y por último el sustento al valor mediático, hacen que la música se haya incorporado a los códigos de escucha de un oyente-espectador alienado en sus propias redes de interpretación. Unas redes que ahora resultan “naturales” para él³¹².

La música ambiental inunda el paisaje urbano. El oyente no la reclama para sí, pero siempre está ahí. Aunque altera su estado anímico y su conducta, no le presta atención consciente. Una música que invita al oyente al consumo mediante el uso de los afectos y el manejo de la fisiología corpórea de la escucha. Con la música de ambiente podemos controlar la producción (fabril, por ejemplo), la distracción inducida, el relax. Es una música delineada para llegar al interior de las emociones a través de la anulación del intelecto. Se trata de una música que hay que sentir, no escuchar. No requiere de una escucha activa. Sus parámetros de tempo, volumen, timbre, instrumentación, etc., están minuciosamente diseñados y dirigidos a ciertos consumidores para que reaccionen de una determinada manera. Cada música ambiental tiene un cometido en un momento y un lugar, destinada a un grupo de oyentes determinado. Y lo que es peor, el oyente no tiene ningún control sobre ella. No puede elegir qué música debe sonar, ni cuándo debe empezar o cesar. A pesar de que suena en los espacios públicos y comerciales, la música ambiental está cada vez más dirigida al oyente individual y subjetivado, haciéndolo creer que se trata de una música personalizada y a medida de sus intereses.

Según la procedencia del sonido, los oyentes pasivos de música grabada en los espacios públicos pueden clasificarse en dos tipos: quienes oyen música procedente de altavoces y los que reciben la música que escapa a través de dispositivos de escucha privada. La tendencia ética ha sido la de proteger a un oyente pasivo frente a la invasión sonora en los espacios públicos, pero al mismo tiempo se le ha obligado a asumir lo inevitable de determinados ruidos: ruidos

³¹² ALCALDE, JESÚS: “La interacción...” en De Aguilera, *Comunicación y música...*, p. 151.

que provienen de los restos de la industrialización y que estamos obligados a aceptar como parte del progreso³¹³. He aquí otra paradoja más de la escucha posmoderna, oponerse a estos ruidos sería oponerse al progreso, a la velocidad que impone la tecnologización de nuestras vidas. Eliminar el ruido sería renunciar a la promesa de un futuro próspero. Hacer ruido es lo mismo que mover dinero. No hacerlo sería negar el capitalismo. ¿Y quién sería tan insensato de oponerse a tal progreso? Por eso siempre ha resultado tan complejo delimitar y legislar los ruidos a lo largo de la historia.

La OMS recomienda limitar la exposición al ruido procedente del tráfico de vehículos, trenes, aviones, turbinas eólicas y conciertos de música, advirtiendo de los riesgos sobre la salud mental y física. En el caso del tráfico rodado recomienda no superar los 53 decibelios, y en horario nocturno la recomendación baja a los 45dB. Por lo visto, unos 1.100 millones de adolescentes y jóvenes «corren el riesgo de sufrir pérdida de audición por el uso nocivo de aparatos de audio personal, (sobre todo teléfonos inteligentes), y por la exposición a niveles sonoros dañinos en lugares de ocio ruidosos, como clubes nocturnos, bares y eventos deportivos»³¹⁴. Toda esta música es susceptible de convertirse en ruido en el mismo momento en el que alguien decida no querer escucharla. Música para unos, ruido para los demás.

Una vez las sociedades aprendieron a regular los ruidos, el uso de auriculares en espacios públicos hizo aflorar un grupo de oyentes pasivos, inexistentes hasta el momento. Estos oyentes pasivos son afectados por el volumen de los auriculares, por la calidad del sonido que desprenden (que siempre tienen una alta presencia en agudos), e incluso por el repertorio, al que están obligados a percibir guste o no. Según algunos estudios, los oyentes pasivos sufren de una variedad de enfermedades, sobre todo cuando tienen que estar expuestos a altos volúmenes, a una música de baja calidad o cuando están sometidos a una escucha prolongada³¹⁵. La era digital del MP3, el iPod y los *smartphones* han cambiado el ruido de los altavoces y los Boombox de los años setenta y ochenta por el incómodo siseo chasqueante de los pequeños auriculares y los cascos de diadema.

En definitiva, el streaming, lo que hoy se entiende por música digital, con la ayuda de los auriculares y la música de ambiente en los espacios públicos, ha provocado un mundo lleno de

³¹³ Karin Bijsterveld alude a tres los problemas de la cultura occidental a la hora de abordar el problema público del ruido: la prerrogativa económica del crecimiento que entra en conflicto con un estilo de vida tranquilo, la subjetividad del oído a la hora de juzgar los sonidos y el carácter intrínseco de la cultura occidental. Un conflicto que enfrenta el progreso económico, el crecimiento de la población y la creciente movilidad, con la preocupación por la salud pública y el medio ambiente; véase BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound...*, p. 9.

³¹⁴ Vid. <https://www.who.int/mediacentre/news/releases/2015/ear-care/es/> [17/08/2019].

³¹⁵ Vid. THORLEY, MARK: “Annoyance and health effects of passive MP3 player listening”, en *inter.noise* (Institut of Noise Control Engineering), Agosto, 2012.

ruido de ambiente, de músicas que nadie oye y que se pierde en el espacio aéreo. Una música extraviada que no da lástima desatender porque sabemos que estará ahí para futuras ocasiones, muchas de las cuales seguirán sin encontrar un oído activo. Nuevos medios para inéditas formas de escucha.

4. LA ESCUCHA COMO RITUAL

*Hay dos músicas (o eso he pensado siempre):
una que se escucha y otra que se interpreta.
Son dos artes completamente diferentes,
cada una con su propia historia, sociología, estética, erótica:
el mismo compositor puede ser insignificante cuando se le escucha,
enorme cuando se le toca (incluso mal), por ejemplo, Schumann.
(Roland Barthes)¹*

*La comunidad ritual es una comunidad
de la escucha en común y de la pertenencia mutua,
una comunidad en una pacífica
concordia en silencio.
(Byung-Chul Han)²*

La sociología indica que los rituales son prácticas de repetición basadas en las costumbres, con rasgos propios que las distinguen de otras formas de comportamiento humano. «Los rituales son formales, estilizados, repetitivos y estereotipados»³. Tradicionalmente están asociados con la ceremonia litúrgica, sin embargo, existen numerosos tipos de representación ritual que abarcan muchas facetas de la cultura y hasta de la vida cotidiana. En la performance los actores simplemente interpretan algo, sin embargo, en el ritual los actores adquieren su papel gracias a la participación dentro del conjunto, cada uno con una asignación que debe desempeñar con cierta seriedad. Los rituales nos transmiten relevante información sobre los rasgos de los participantes, sus inquietudes, costumbres, tradiciones, su cultura y hasta su tradición política. Al disponer de un carácter repetitivo, los rituales se cargan de estructuras simbólicas de significado transmitiendo «mensajes, valores y sentimientos perdurables»⁴. Como actos de socialización que son, en los ritos algunos participantes adquieren mayor relevancia y compromiso para con las creencias que en ellos se hallan insertas. Al participar en el ritual estamos aceptando sus normas internas, así como la asunción y cohesión de un determinado orden social y moral compartido y que trasciende nuestra condición de individuo. Los ritos ejercen la función de cohesionadores sociales consolidando identidades de grupo. Los rituales reclaman que el cuerpo participe, lo que implica rasgos objetuales y físicos.

En cierto sentido, la hiperindividualización experimentada por el individuo en la era tardomoderna se muestra contraria a las funciones que desempeñaban los ritos tradicionales. El

¹ Citado en LEPPERT, RICHARD: *The sight of sound. Music, representation, and the history of the body* (Estados Unidos, University California Press, 1995), p. 232. [*There are two musics (or so I've always thought): one you listen to, one you play. They are two entirely different arts, each with its own history, sociology, aesthetics, erotics: the same composer can be minor when listened to, enormous when played (even poorly)—take Schumann*].

² HAN, BYUNG-CHUL: *La desaparición de los rituales* (Barcelona, Herder Editorial, 2020, [2019]), p. 45.

³ KOTTAK, CONRAD PHILIP: *Introducción a la antropología cultural* (Madrid, McGraw Huill, 2019), p. 190.

⁴ *Ibid.*, p. 191.

ritual siempre ha ostentado un poder cultural e histórico, pero factores como la globalización, la rápida secularización de las sociedades, el empleo de nuevos medios de comunicación, la destradicionalización, el hiperconsumo, la desidentificación y algunos cambios paradigmáticos experimentados en las últimas décadas, parecen estar quebrantando lazos funcionales asumidos tanto dentro como fuera de las instituciones como la familia, el trabajo, la educación, o el arte.

Aunque los rituales que veremos más adelante asociados a la escucha de música en el siglo XIX pertenecen a los llamados rituales seculares, la gran mayoría de estos fueron adquiriendo una formalidad y seriedad cargados de cierto ceremonial simbólico, parecido al de la liturgia religiosa. Como ya vimos en el capítulo anterior, los rituales de escucha experimentaron cambios importantes a mediados del siglo XVIII, alentando cambios en las actitudes y respuestas-sensitivas a lo largo del XIX. Los entornos aristocráticos de los teatros de ópera fueron reemplazados progresivamente por rituales burgueses vinculados a la construcción de las grandes salas de conciertos, la expansión de las ciudades en proceso de industrialización, la necesidad de los Estados de propagar vínculos de carácter nacionalista, la autonomía del individuo ligada a la conformación de nuevas estructuras emocionales y psicológicas, y la aparición de necesidades vinculadas al proceso liberal, en lo que para algunos marcó el comienzo de la era moderna⁵.

Al ser la performance un entretenimiento que tiene lugar en público es inevitable que surjan modelos de interacción reglados entre los individuos participantes con normas, marcos de conducta y convenciones. Esos modelos de interacción, comportamiento y participación conforman prácticas que acabarán institucionalizándose dentro del marco de las convenciones culturales dominadas por las élites. Lugares comunes de participación, con normas que predeterminan y reparten tareas y conductas en la ejecución de la performance, y que adquieren la categoría de ritual. Las permutas en las estructuras sociales, culturales, estéticas y políticas afectarán irremediabilmente a los modelos de comportamiento y las formas de interacción. Y viceversa, los cambios en los procederes y hábitos son capaces de modificar prácticas de socialización y de pensamiento a largo plazo⁶. Por ejemplo, la aprobación generalizada de permanecer en silencio durante un concierto en el siglo XIX es el resultado de un conjunto de decisiones de tipo variado (a veces inconscientes), así como del influjo en el cambio generado por nuevos paradigmas de socialización y nuevas políticas.

⁵ BERGER, KAROL: *Bach's Cycle, Mozart's Arrow. An essay on the origins of musical modernity* (University of California Press, 2007), pp. 4-5.

⁶ Véase ALGARRA, MANUEL MARTÍN: *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología del Alfred Schutz* (Barañáin, Ediciones Universidad de Navarra, 1993); LEHN, DIRK VOM: *Harold Garfinkel. The Creation and Development of Ethnomethodology* (Nueva York, Routledge, 2014).

La música siempre ha formado parte de los rituales de socialización en las diferentes culturas. Por eso, los hábitos y las conductas aprendidas dentro de determinados entornos y contextos culturales, sociales e históricos particulares afectan irremediablemente a los modos de entender y percibir la música. «Los ritos son acciones simbólicas. Transmiten y representan aquellos valores y órdenes que mantienen cohesionada una comunidad»⁷. Los rituales crecen en contextos amplios que engloban actitudes ideológicas, políticas y sociales asimiladas durante generaciones y que influyen en muchos aspectos de la vida cotidiana. Actos consensuados socialmente en mayor o menor medida a través de factores de comercialización, creatividad, estética y cultura. En música, debemos tener presente que cada ritual obedece a sus propios criterios sobre repertorios y estilos, y que con el tiempo pueden producirse trasvases de unos campos a otros.

Entre los factores que intervienen en los cambios de rituales en la escucha de música podemos citar:

1. Cambios en los gustos del público asociados a las modas.
2. Cambios en las formas de pensamiento.
3. Cambios en la cultura y en los modelos de practicarla, consumirla y entenderla.
4. Aparición de nuevas estructuras sociales, bien a través de la irrupción de cambios abruptos, bien a través de cambios graduales. (La revolución francesa, por ejemplo, modificó muchos de los conceptos heredados del antiguo régimen, potenciando las actitudes individuales y la autonomía del hombre y, en consecuencia, de los artistas y el público).
5. Invención y aplicación de nuevas tecnologías y medios de comunicación.
6. Supresión de rituales como consecuencia del progreso ideológico, social y político, a la vez que la supresión y aprobación de nuevas leyes. Aunque más que la supresión, deberíamos hablar de la sustitución de unos rituales por otros, pues la erradicación suele estar coaligada a problemas sociales, consecuencia del choque entre los partidarios de mantener las tradiciones y los partidarios de erradicarlas.
7. Los cambios de ritual también están asociados a procesos de intercambio cultural, ósmosis cultural, interculturalidad, aculturación, etc. Por ejemplo, los espacios de globalización en los que nos hallamos inmersos desde los años ochenta, conducen a la adopción de rasgos culturales por parte de las sociedades receptoras y la imposición de rasgos por parte de las culturas dominantes. En algunos casos, la absorción de patrones

⁷ HAN, BYUNG-CHUL: *La desaparición de los rituales* (Barcelona, Herder Editorial, 2020, [2019]), p. 11.

culturales foráneos puede generar la definitiva desaparición de ciertos rituales tradicionales (así se hizo en el siglo XIX cuando se eliminaron cientos de dialectos con el objeto de constituir los diferentes espíritus nacionales).

Estos factores no actúan de manera aislada, sino que se mantienen en viva interrelación. Por ejemplo, un cambio político abrupto suele transformar los modelos de percepción, la cultura y el pensamiento. Aplicado a la escucha de música, la creación de auditorios, el desarrollo de las ciudades y los cambios de percepción cultural acabaron transformando las directrices del oyente de finales del siglo XVIII y comienzos del XIX.

Otro factor influyente en el desarrollo de los rituales es el del espacio físico (ecología del sonido) en el que tiene lugar la performance, diferenciando entre esferas privadas y públicas. Actualmente, la esfera pública supedita un mayor número de convenciones, mientras que en los círculos más íntimos las normas resultan ser algo más laxas y espontáneas. Sin embargo, las convenciones que dominaban los espacios privados de escucha de música en los siglos XVIII y XIX solían estar encorsetadas. Sólo a lo largo del siglo XX es cuando los rituales de escucha han experimentado cierta destradicionalización, sobre todo en lo que a la música popular se refiere. Aunque ya desde la década de 1790 la escucha comenzó a adoptar la forma de un ritual en sí mismo, al margen de las costumbres aristocráticas anteriores, también es cierto que antes de 1900 la escucha de música solía formar parte de otros rituales culturales y sociales.

Los rituales de escucha también son extremadamente sensibles a las modas artísticas, a las costumbres, los hábitos y a los cambios tecnológicos. También puede ocurrir al revés, que la asimilación de determinados hábitos y rituales de escucha anime a los compositores a transformar los estilos compositivos de moda e incluso a adoptar otros nuevos. Es lo mismo que decir que los cambios en los modelos de composición están condicionados, en parte, por las actitudes estéticas adoptadas por el grupo de oyentes y viceversa.

Los rituales observables hoy en día en una sala de conciertos de música clásica y en un concierto de rock en un estadio de fútbol son muy diferentes, pues obedecen a construcciones sociales y culturales que podríamos calificar de antagónicas: construcciones que pueden ser desgranadas y estudiadas en base a los factores antes enunciados. A simple vista, desde la disposición de las butacas hasta el número de policías en los alrededores del Musikverein de Viena el día de Año Nuevo, anuncia que las conductas que están teniendo lugar dentro son más bien tranquilas. Desde los intérpretes hasta los oyentes, pasando por los acomodadores o el propio carácter arquitectural del edificio, las convenciones ofrecen relevante información sobre el tipo de ritual que está teniendo lugar dentro. Muy diferente es la estructura de un concierto de rock,

a la par que las actitudes de sus oyentes, intérpretes, equipo de seguridad contratado, ubicación y hasta el horario del evento⁸. Veamos ahora tres casos de estudio en los comportamientos ritualizados de escucha de música clásica en ubicaciones diferentes y en momentos distintos de la historia.

⁸ Para el análisis de algunos de los rituales en la música clásica, véase SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998).

4.1. TRES CASOS DE ESTUDIO: PARÍS, LEIPZIG Y LONDRES.

Nos referiremos ahora sólo a prácticas performativas y los rituales a ellas asociados de tres ciudades importantes de Europa en distintas épocas: París (segunda mitad del siglo XVIII), Leipzig (primera mitad del siglo XIX) y Londres (segunda mitad del siglo XIX). Los métodos empleados y las fuentes para su estudio son diferentes en cada caso de estudio. París es estudiada a través de periódicos, diarios, el análisis compositivo de partituras interpretadas en la época, la recepción de las obras y las modificaciones en el ámbito de la arquitectura del sonido en las óperas de la segunda mitad del siglo XVIII; Leipzig a través de los anuncios de los programas de concierto; y en el caso de Londres a través del análisis de los libros de etiqueta y comportamiento de la época. Este tipo de fuentes han sido muy útiles para la musicología y otras ramas del conocimiento de la cultura, pero que aplicadas al ámbito de la percepción también ofrecen interesantes detalles sobre la escucha. Estos tres casos de estudio nos serán de utilidad para demostrar que la escucha de música debe entenderse como parte de un ritual. En el caso de París, forma a su vez parte del necesario acto de socialización que supone la performance en el siglo XVIII. Sin embargo, a lo largo del XIX la escucha adquirirá autonomía propia al margen de otras costumbres y hábitos. Si en el siglo XVIII la responsabilidad sobre la atención en la escucha recae sobre el compositor, en el siglo XIX será el oyente el responsable de atender, percibir y entender la música.

París

En *Listening in Paris*, James Johnson describe el ambiente musical de la aristocracia parisina desde 1750 a 1850⁹. La pregunta a la que quiere dar respuesta Johnson es por qué el público francés se volvió progresivamente silencioso a lo largo de cien años, y cuáles fueron los motivos para que el público dejara de alborotar, comer, beber o chillar durante las representaciones y comenzara a escuchar con atención, en silencio y en aparente respeto. La historia cultural de la escucha del París de ese periodo abarca profundos cambios en las respuestas estéticas y comportamientos del público más pudiente. Y el hecho de que solo podamos hablar de la escucha de las élites obedece a que la cultura y las modas giraban en torno a la vida cultural de esta clase social.

Al igual que estamos pretendido nosotros en esta tesis, Johnson demuestra que el significado musical no existe objetivamente en la obra, ni siquiera en las intenciones del compositor. El

⁹ JOHNSON, JAMES H.: *Listening in Paris. A cultural history* (California, Londres, University of California Press, 1995).

Ibid., p. 2

significado musical reside en el momento particular de la recepción, y resulta que el significado es moldeado por las expectativas estéticas y sociales dominantes, que a su vez están estructuradas histórica y culturalmente. El significado simbólico erróneo se produce, precisamente, cuando el sonido se encuentra con nuestros prejuicios, es decir, cuando el sonido recibe nuestra interpretación moderna, una visión de la escucha desde una perspectiva anacrónica. Teniendo esto en cuenta, podemos aventurarnos a explicar, y, sobre todo, no juzgar el comportamiento de cualquier público y de cualquier época.

El caso francés de siglo XIX resultó estar plagado de convenciones de comportamiento que hoy podemos interpretar desde la distancia. Por lo que cuenta Johnson la gente conversaba en voz alta mientras sonaba el *Alceste* de Lully. Se podía oír un bullicio generalizado y constante, molesto a nuestros oídos, natural en los de aquella época. La presencia de soldados que vigilaban y castigaban los altercados en el *parterre* pueden dar buena cuenta del comportamiento de sus asistentes. Ventosidades que provocaban risas mientras la música pedía un piano súbito de la orquesta, juegos de tipo variado, palcos abarrotados de amantes, prostitutas y bailarinas. Leyendo los escritos de aquella época, los libros de etiqueta, críticas de los periódicos, reseñas y diarios personales, podemos hacernos una idea del ambiente que rodeaba la ópera aristocrática parisina de alrededor de 1750. Lo que nunca sabremos concretar es la sensación que tuvieron de aquel ambiente importantes figuras como Diderot, D'Alambert o Luis XV. Es imposible construir un análisis holístico y etnográfico, pero sí podemos indagar en los documentos, las obras, los compositores y las críticas, es decir, tenemos a nuestro alcance una auténtica arqueología documental a partir de la cual elaborar un estudio de antropología cultural de la época. Una biblioteca que ha sido empleada para analizar las composiciones, los compositores, los programas, etc., pero no para abordar en el estudio de la escucha, la percepción y los sentidos.

En contra de esta visión casi obscena de los comportamientos parisinos descritos por Johnson, William Weber quiere demostrar que la vida musical del siglo XVIII se ajustaba más a una etiqueta social tolerante con formas de comportamiento mucho más diversas que las permitidas hoy en día¹⁰. Esa afirmación le lleva a Weber a pensar que el público no necesariamente permaneciera desatento en las representaciones. El problema, según Weber, es que la escucha, o mejor, la visión que tienen Johnson y Lydia Goehr de la escucha del París ilustrado, se ha planteado esencialmente desde nuestros términos morales e ideológicos contemporáneos. Weber sostiene que Johnson se equivoca cuando llega a conclusiones demasiado generales y al tratar el problema de la escucha en términos posrománticos, es decir, desde nuestra perspectiva

¹⁰ WEBER, WILLIAM: "Did people listen in the 18th century?", *Early Music*, Nov. 1997, Vol. 25, No. 4, 25th Anniversary Issue; *Listening Practice* (Nov., 1997), pp. 678-691.

contemporánea heredera de la estética de escucha romántica. Para desmontar la teoría de Johnson, Weber se apoya en el trabajo de Peter Gay (1995), *The naked heart*, en donde el autor intenta demostrar que los filósofos proporcionaron coartadas para una visión superficial y simplificada de lo que en aquellos años debería significar la música. No seré yo quien entre a discutir quién tiene razón, pero la completa y elaborada historia, tan bien armada a partir de las fuentes, los comportamientos y las estéticas vinculadas a las transformaciones en los modelos compositivos de aquellos cien años, me son suficientes para decantarme hacia Johnson, máxime cuando el propio Weber no toma las mismas fuentes manejadas por Johnson, sino la crítica de otro autor.

Damos por aprobado, entonces, que el tumulto, las citas a ciegas, los negocios y la algazara prevalecieron sobre quienes acudían a escuchar con atención. En toda historia, la narración se centra en los sucesos más llamativos e importantes. Y lo más llamativo del periodo es que el oyente del siglo XVIII en París estaba más preocupado por ver y ser visto que por escuchar. Más preocupado por establecer variantes relacionales en un espacio destinado no tanto al arte como al poder de socialización.

La estética de la escucha viró con la caída del Antiguo Régimen. La Revolución animó al desarrollo de nuevas actitudes en el individuo y su necesidad de arraigo a la nación y la patria, alejadas ahora del poder regio. Las grandes tensiones y contradicciones acumuladas hasta finales del siglo XVIII acabaron por emancipar el gusto y las actitudes del público. La Revolución no permitiría la exaltación monárquica; y los hábitos y costumbres fueron abolidos de la noche a la mañana. Los públicos literarios, artísticos y musicales se hallaban deseosos de afirmar su propia identidad frente a las estructuras corporativas, cuya exclusividad había recaído siempre en la soberanía regia y económica. Una de las consecuencias más importantes de la Revolución fue que aquellos que siempre dirigieron su mirada hacia los palcos se pronunciaban ahora en defensa de una democratización y una cultura para el pueblo. Pero a pesar del extraordinario cambio experimentado entre 1789 y 1799, la forma en que se percibía la escucha permaneció sin cambios. Puede que el lenguaje utilizado para describir sus impresiones musicales variara, volviéndose más o menos politizado en ciertos momentos, pero seguía prevaleciendo una uniformidad que se remontaba a la época de Gluck¹¹.

El entusiasmo revolucionario quedó abruptamente paralizado después de que el cuello de Robespierre probara la guillotina en 1794. A los espectadores no les quedó más remedio que volver a sus antiguos gustos, rituales y hábitos de comportamiento asociados al respeto a los

¹¹ JOHNSON, *Listening in Paris...*, p. 137.

viejos estamentos y clases superiores. El breve paréntesis exaltado también se vio interrumpido con la llegada de Napoleón y más tarde con la Restauración monárquica europea. La Revolución apenas dejó huella en la experiencia musical francesa, al menos durante las primeras décadas del siglo XIX.

Leipzig

Fue en el siglo XIX cuando los anuncios públicos de obras musicales comenzaron a proporcionar información sobre los programas: títulos, compositores, tonalidades, números de ejecución¹². Los habituales a los conciertos en Leipzig se acostumbraron a la lectura de aquellos anuncios. Así es como los programas sirvieron para modificar, en parte, los patrones de conducta y los modelos de escucha durante las primeras décadas del siglo XIX en Leipzig. El público tomó la acostumbró de leer los programas al tiempo que escuchaban, algo que moldeó la manera en que los asistentes percibían aquellas obras. Algo tan elemental a nuestros ojos como un sencillo programa de concierto fue capaz de modificar estructuras de escucha en torno a la incorporación de nuevos rituales. Aquellos primeros programas de comienzos del siglo XIX alentaron la conformación de un comportamiento de escucha asociado al silencio, la comprensión y contemplación de lo que oían.

Previo a la escucha, incorporar el nombre del compositor ayudaba a reconocer su carácter subjetivo y biográfico. El valor estético de lo que iba a sonar podía verse amplificado o reducido en base a la autoría de las obras. Con ello se creaba un círculo vicioso que repercutía en beneficio de unos autores sobre otros ayudando en la conformación del canon. Preparar al oyente, informarle previamente de lo que iba a escuchar, acabó por condicionar su actitud ante la escucha.

Fue a comienzos del siglo XIX cuando surgieron gran cantidad de ideas normativas y convenciones acerca de lo que se esperaba debía ser el oyente ideal. Estas normas se vieron amparadas por la modificación de los repertorios de conciertos, el establecimiento de un canon de obras musicales, la construcción de las nuevas salas que atrajeron la mirada y el oído del oyente hacia lo que ocurría en el escenario y no hacia los palcos, así como el progresivo silencio, entendido ahora como parte de la nueva estética de la emoción que apartaba la vieja idea ilustrada de la música como imitación de la naturaleza. Pues bien, la introducción de estas notas

¹² LANZENDORFER, ANSELMA: *Designated Attention. The Transformation of Music Announcements in Leipzig's Concert Life, 1781-1850*, en THORAU, *The Oxford Handbook...* pp. 145-162. Para un análisis sobre la influencia que ejercieron las notas al programa en la cultura británica de la segunda mitad del siglo XIX, véase BASHFORD, CHRISTINA: "Concert Listening the British Way? Program Notes and Victorian", en THORAU, *The Oxford Handbook...* pp. 187-206.

analíticas en los programas no fue menos importante en el cambio de paradigma de escucha a comienzos del siglo XIX. Dicho de otra manera, los atentos asistentes de los conciertos posteriores al estreno de la *Eroica* de Beethoven en Leipzig (1807) no tuvieron que esperar a que llegara la interpretación para conocer que la *Eroica* era una obra maestra perteneciente a un genio musical, cuya escucha requería atención especial porque así se les había hecho entender un día antes al recibir el programa en su casa.

En definitiva, el anuncio de las sinfonías en los programas de los conciertos por suscripción de la Gewandhaus de Leipzig entre 1781 y 1850 ayudaron a transformar la manera en que el público escuchó aquellos conciertos. Hasta hace poco el estudio de estos programas nos había servido para analizar los cambios en el repertorio y el desarrollo del canon. Ahora también sabemos que se trata de textos de música que fueron leídos por un público muy concreto con capacidad para pagar una suscripción. El discurso musical quedaba enmarcado ya no sólo por la estética o el estilo de las obras, sino por el discurso narrativo de aquellos programas; a pesar de que —y esto es importante— no todos los autores ni todas las obras estuvieran representados.

Los anuncios previos al concierto, gracias al elenco de compositores representados y las obras a ejecutar, no condicionarían en un primero momento el número de suscriptores, pero seguramente aumentaron las expectativas a modo de preparación psicológica. El propio Pierre Baillot en su famoso *L'Art du Violon* (1834) decía que no bastaba con que el artista esté preparado para el público, sino que el público debe estar preparado para lo que el músico le hará escuchar¹³.

Anuncios y programas se entregaban con antelación al concierto para hacer brotar un nuevo ritual asociado a la lectura previa al concierto y el aliento a una escucha más atenta de lo que era habitual en la época. Hacer partícipe al oyente antes de la performance es un buen medio de preparación psicológica y de implicación respetuosa hacia el evento.

Algo importante, como apuntala Baillot en su libro, fue la existencia obras maestras que pasaron desapercibidas porque el público no había sido lo suficientemente informado y, de igual manera, la programación de obras mediocres cuya recepción resultó ser atractiva para un público bien informado¹⁴. A partir de mediados de siglo se abandonará esta práctica de la Gewandhaus, y durante la segunda mitad del siglo se les entregará un programa de mano *in situ* el día de la interpretación a todos los asistentes, suscriptores o no: una forma estandarizada que ha llegado hasta nuestros días.

¹³ *Ibid.*, p. 165.

¹⁴ *Ibid.*, p. 186.

Londres

Veamos ahora la vida musical del salón privado anglosajón de la segunda mitad del siglo XIX¹⁵. La llamada era victoriana está plagada de guías de modales y decoro social que establecían consejos con el objeto de codificar los modales públicos en diversas situaciones de la vida cotidiana. La burguesía británica, al igual casi seguramente que otras muchas naciones, sometieron a sus cuerpos a todo tipo de disciplinas y censuras. La finalidad no era muy lejana a la buscada por la aristocracia parisina un siglo antes: alcanzar cierto prestigio y estatus, y vivir con éxito dentro de la sociedad a la que pertenecen. Pero mientras que la aristocracia francesa de la segunda mitad del siglo XVIII deseaba mostrar a sus semejantes que conocía las normas del decoro, la burguesía británica del siglo XIX ansiaba el ascenso en la escala social, demostrando públicamente que era capaz de manejar unas conductas que por tradición habían pertenecido a la aristocracia. Dicho de otra manera, la burguesía europea anhelaba convertir su éxito económico en un éxito apoyado en el estatus y el prestigio social. Una de las muchas formas de conseguir semejante propósito era aprendiendo las normas del decoro de los actos públicos.

Pero no todos los eventos de socialización requerían del mismo esfuerzo. El desafío era mucho mayor en el espacio privado de una cena o un té de cortesía de un salón burgués que la asistencia a la esfera pública de la sala de conciertos. Si a estas alturas ya estaba mal visto hablar en público en un concierto —o incluso prohibido—, todavía estaba permitido en los salones privados, eso sí, bajo estrictas restricciones, vigilancia y supervisión de la anfitriona. Las mujeres anfitrionas eran las que ejercían un papel de autoridad considerable, tanto en su función de vigilancia para el cumplimiento de la etiqueta como de guardiana y mediadora de las relaciones que se pudieran establecer entre sus invitados.

El entretenimiento informal de la música podía tener lugar antes o después de la comida y, en ocasiones, la función de la música en los salones privados era la de soliviantar la falta de una buena conversación. Eran veladas cargadas de un afanoso carácter conservador. La elección de los intérpretes y el programa quedaba en manos de la escrupulosa elección de la anfitriona. Pero cuando alguno de los invitados era alentado a interpretar alguna pieza, era una vez más la anfitriona —como marcaba el rígido protocolo de etiqueta— quien debía supervisar con inteligencia qué invitados eran los más adecuados para hacerlo. Uno de los deberes de la anfitriona era conocer las capacidades musicales de sus invitados lo suficientemente bien. Los invitados estaban obligados a aceptar lo que se consideraba un cumplido, aunque la discreción los restringía, ineludiblemente a una interpretación no demasiado larga y no muy bien ejecutada pues

¹⁵ DEAVILLE, JAMES: “The Well-Mannered Auditor: Zones of Attention and the Imposition Cares if You Listen?” en THORAU, *The Oxford Handbook...* pp. 37-54.

estaba mal visto. La aparente modestia y aquiescencia de los invitados ingleses de la segunda mitad del siglo XIX a tales demandas de autocontrol refleja el grado al que estaban dispuestos a someter su cuerpo y su mente.

Sirva el siguiente recuerdo como colofón de este apartado: si antes de 1790 la escucha formaba parte de amplios rituales de socialización, a partir de esta fecha la escucha de música será adoptada como un ritual propio en sí mismo. Esto no quiere decir que abandonasen los rituales tradicionales, sino que la escucha adquiriría autonomía propia al margen de otros rituales de socialización. La subjetividad, la individualización, las nuevas demandas burguesas, los cambios en la composición animaron a adoptar rituales de escucha inéditos antes del siglo XIX.

4.2. RITUALES DE ESCUCHA EN LA MÚSICA GRABADA

La experiencia de la escucha de una sinfonía en una gran sala de conciertos y en la intimidad y la confortabilidad del hogar burgués de comienzos del siglo XX, son muy diferentes. Los tipos de convenciones adoptados también lo han sido. En la escucha de música grabada de finales del siglo XIX y comienzos del XX se tomó como referencia la experiencia privada de los salones burgueses decimonónicos. Hemos visto cómo a lo largo de cien años se implantó progresivamente un tipo de escucha vinculado tanto a la sala pública como al evento íntimo de los hogares burgueses y de gente de acomodo. Lugares cargados de protocolos de etiqueta con el objeto de demarcar las líneas sociales y económicas de las familias pudientes de la Europa industrial y comercial. Los intelectuales y los comerciantes de aquella Europa decimonónica tenían por costumbre celebrar reuniones en las que se daban cabida individuos de la misma condición social y económica, y en las que se escuchaba una determinada música y de una manera concreta.

Justo cuando acababa por implantarse la escucha atenta a finales del siglo XIX en todo Occidente, fue cuando hicieron aparición los primeros sistemas de grabación del sonido, una tecnología que modificaría los patrones de escucha y que albergaría nuevos rituales de recepción. Una tecnología que transformó para siempre la relación tradicional intérprete-oyente. Estas nuevas costumbres serán producto de los cambios tecnológicos, pero también de actitudes y paradigmas culturales y sociales asociados a ella, así como al triunfo de los medios de masas y una serie de transformaciones políticas vinculadas con posterioridad a las dos Guerras Mundiales. De esta manera es como la tecnología desempeñó la importante función de cubrir los intereses y necesidades recientes que tendían al servicio público y la asunción de nuevas estructuras que sentaban las bases para la conformación de los estados liberal-democráticos. La aplicación tecnológica de la música al ámbito de la vida cotidiana conformará nuevas prácticas de escucha, y con ella, nuevos rituales de socialización que irán transformándose a lo largo de todo el siglo XX. Unos rituales que, por otro lado, no han dejado de cambiar al albur de la aparición de nuevas tecnologías.

Hasta que no hizo aparición la fonografía, una de las pocas maneras de conjugar el evento con el ritual —y este con la interpretación— consistía en la asistencia a la sala de conciertos, el teatro de ópera o los salones privados. Quien no pudiera asistir al evento, quedaba fuera de las prácticas de socialización asociadas al ritual de escucha burgués: quedaba fuera de la fiesta y, seguramente, fuera del estatus de las élites y el ascenso social. Acudir al concierto y comportarse de una determinada manera, así como disponer del tiempo que ello requería estaba solo al alcance de las clases más pudientes. Sirva como ejemplo que en el París de 1828 una entrada a

un concierto organizado por la Société des Concerts podía oscilar entre los dos y los cinco francos, cuando el salario medio de un trabajador asalariado rondaba los dos francos.

Los cambios de paradigma están asociados a cambios estructurales en las sociedades, unos cambios que acaban interfiriendo en los patrones de conducta y el surgimiento de nuevos paradigmas de socialización. Los factores que condicionan nuestras actitudes frente a la escucha ya fueron analizados en el capítulo 2. Teniendo esto en cuenta hay que advertir que desde sus inicios la grabación propició la aparición de nuevos rituales vinculados en un primer momento al espacio doméstico. Se trataba de una escucha en pequeños grupos y familias en torno al gramófono. Una escucha atenta que simulaba el ritual de la música en vivo hasta el punto de que los oyentes se vestían con las mismas ropas de gala con la que acudían a los eventos públicos. Estos rituales de comienzos del siglo XX se irán descomponiendo progresivamente a medida que avanza el siglo como consecuencia de la aparición de otras tecnologías dirigidas a la escucha cada vez más individual, miniaturizada y portátil, pero también como consecuencia en el cambio de comportamientos asociados a transformaciones institucionales como la familia.

Con la música grabada, pero sobre todo gracias a los medios de masas, la música se convertía en un objeto muy accesible. Al cosificarse en un objeto de intercambio, la producción musical alcanzó un núcleo poblacional inimaginable en la década de 1890. Sin embargo, y a pesar de todo lo dicho, la aparición del fonógrafo no modificó espontáneamente la forma de vida occidental. Sirva como ejemplo el que la práctica de la música doméstica seguía ocupando un lugar importante en las actividades de ocio hasta bien entrada la década de 1920. Me refiero a la música interpretada y escuchada en directo dentro del propio entorno familiar, sobre todo por la burguesía, muy al estilo de los salones privados del siglo XIX. No debemos olvidar que el grueso comercial seguía girando en torno a la venta de partituras e instrumentos y la asistencia a espectáculos de música clásica y el *music hall*. Fue sólo a partir de la década de 1920, como lo atestigua Daniela Furini, cuando el diletantismo practicante cedió terreno en favor de actividades de ocio de música en vivo en grandes espacios compartidos y la adquisición de discos como absoluta novedad¹⁶. Si la política de masas surge a finales de los XIX, la cultura de masas dirigida al ocio lo haría poco después. El colapso sufrido por la burguesía europea durante y después de la Primera Guerra Mundial también tuvo mucho que ver en este cambio en los modelos de consumo de la cultura. Por si esto fuera poco, la tradicional demanda de nuevas obras musicales se vio truncada a partir de 1920 como consecuencia de los grandes movimientos de

¹⁶ FURINI, DANIELA. 2010. "From recording performances to performing recordings. Recording technology and shifting ideologies of authorship in popular music." *TRANS-Revista Transcultural de Música* 14 (artículo 7) [Consultado 9 de octubre de 2018].

masas. Así es como el canon quedaría definitivamente sellado, a excepción de un grupo pequeño de obras que se incorporaron en esta década. Es ahora cuando las dinámicas de la burguesía europea de posguerra experimentarán nuevos modelos de consumo. Unos modelos que con el paso de las décadas tenderán a quedar diluidas entre las prácticas culturales de las clases populares.

Daniela Furini y David Suisman, una centrada en Gran Bretaña, el otro en los Estados Unidos (las dos industrias históricamente más importantes), consideran que tanto los editores como los fabricantes de instrumentos se impusieron a la industria discográfica al menos hasta la década de 1930¹⁷. Cuando las limitaciones en la calidad de la grabación y la reproducción del sonido fueron superadas gracias al uso de micrófonos y la grabación eléctrica, es cuando el tradicional ritual de practicar música doméstica decaerá drásticamente frente a la compra de discos, algo que en pocos años se convirtió en objetivo principal de consumo de las clases medias burguesas¹⁸. Durante las primeras décadas del siglo XX los discos de música popular se produjeron, promocionaron y consumieron en gran medida como sustitutos de las actuaciones en vivo. Algunos pequeños espacios de la burguesía comenzaron a experimentar con la escucha de música popular procedentes del *Music Hall* y el *jazz*. Pero no fue hasta los años treinta y cuarenta cuando la industria de la música popular pudo valerse de otros medios de difusión como la radio y el cine, capaces de proporcionar y anunciar un suministro de música grabada sin precedentes. Aplicar la electricidad a la grabación y a la reproducción, conllevó «una triple dislocación» que acabó afectando a la transmisión sonora, a las posibilidades de reproducción y, en consecuencia, a la propia actitud de escucha de la música¹⁹.

No es mal momento este para recordar que dentro del mundo de la fonografía se han dado tres fases o estéticas vinculadas a la grabación que en cierto modo exigían al oyente adquiriese determinadas posturas de escucha. Timothy Day hacía referencia a esas tres estéticas en su libro *Un siglo de música grabada*²⁰. Debemos recordar que, a diferencia de la música popular o el jazz, la música clásica no disponía de patrones de referencia de los que partir a la hora de tomar registros sonoros, con lo que no quedaba más remedio que intentar imitar el sonido de las salas de conciertos. Así, la primera de las estéticas de grabación intentaba ser una imitación lo más

¹⁷ SUISMAN, DAVID: *Selling Sounds. The commercial revolution in American music* (London, Harvard University Press, 2009).

¹⁸ Vid. FURINI, *From recording...* (Limitations to sound quality in both recording and reproduction were eventually overcome with the advent, in the late 1920s, of microphones and electrical recording. This significant improvement boosted record sales and kick-started the process by which, eventually, records would become the main object of popular music consumption).

¹⁹ LÁSEN *et al.*, *Música, tecnología...*

²⁰ DAY, TIMOTHY: *Un siglo de música grabada* (Madrid, Alianza Editorial, 2000), pp. 47-54.

certera posible de la escucha en vivo, dentro de las limitaciones que ofrecía la grabación de aquellos años, y cuyo mayor exponente fue el productor más importante de la primera mitad del siglo XX, Fred Gaisberg, quien decía que la grabación debía ser como «una fotografía del sonido». La segunda estética, que rechazaba abiertamente la estética anterior, buscaría plasmar en el disco «lo que los mejores artistas podían hacer en las mejores condiciones», es decir, realizar grabaciones que «permitieran al oyente escuchar en casa una interpretación tal y como se escucharía “en el mejor asiento de una sala de acústica perfecta”» (*the best seat in an acoustically perfect hall*)²¹. Con John Culshaw llegaría la tercera de las estéticas de producción, la de la grabación como una ilusión. Culshaw acentuó las diferencias entre la música grabada y la música en vivo, y lo hizo de una forma creativa. Creía que la grabación era «otro modo de interpretación», un «acto musical, un objeto musical por derecho propio»²². El productor adopta decisiones de calado con resultados que pueden alejarse de lo encontrado en las salas de conciertos. Por ello su resultado se asemeja a lo hiperreal, tanto en cuanto no se limita a invocar la representación imitativa, sino que considera la producción como un acto de creación, un nuevo producto musical al margen de modelos previos²³. El extremo paradigmático de esta estética de la producción como ilusión sería adoptado por Glenn Gould, quien se apartó de los escenarios definitivamente en 1964 para refugiarse en los medios electrónicos disponibles, sintiéndose realmente cómodo en los estudios de radio, televisión y grabación²⁴.

No sólo es que la grabación de música clásica haya tomado como único y “natural” referente aquellos espacios destinados a la música en directo —como las grandes y pequeñas salas, las capillas, iglesias o catedrales, los teatros—, sino que, —y esto es muy importante señalarlo— con ello se intentaba rememorar un determinado espacio social, reflejar una determinada entidad institucional y, por ende, un determinado espacio destinado al control y la distribución de la identidad y el poder. Intentar imitar la sonoridad de la sala de conciertos en las grabaciones era un modo de mantener viva no solo la música sino las prácticas sociales y culturales a ella asociadas²⁵. En definitiva, intentar con la experiencia sonora que el oyente viviese la música grabada igual que el rito performativo de la música en vivo. Grabar música clásica simulando

²¹ DAY, TIMOTHY: *Un siglo de música grabada* (Madrid, Alianza Editorial, 2000), p. 49. Véanse también COOK, Beyond..., p. 375 y PATMORE, DAVID C: “John Culshaw and the Recording as a Work of Art” en *ARSC Journal* XXXIX, 2008, pp. 19-40.

²² *Ibid.*, p. 52.

²³ RODRÍGUEZ, PABLO L.: “La grabación como ideal del concierto”, *Scherzo*, Año 29, Nº. 291, diciembre, 2013, pp. 85-87.

²⁴ MONSAINGEON, BRUNO: *Glenn Gould. No, no soy en absoluto un excéntrico* (Barcelona, Acantilado, 2017), p. 80.

²⁵ GREIG, DONALD: “Performing for (and against) the microphone» en COOK, NICHOLAS, *The Cambridge Companion to Recorded music...*, pp. 16-35.

la experiencia del concierto o la ópera no sólo deseaba atrapar la experiencia sonora sino las costumbres, los rituales y hasta los estatus y las clases sociales. Es por eso por lo que a comienzos del siglo XX la burguesía escuchaba con reverencia las primeras grabaciones comerciales vestidos de etiqueta, como si estuvieran en la propia sala de conciertos. De este modo es como el agradable y conocido espacio doméstico adoptaría ahora la función de templo de la escucha.

A pesar de este interés por alcanzar el mayor grado de realismo en las grabaciones, no sería hasta la era digital cuando el hiperrealismo rompería definitivamente con las estéticas de grabación tradicionales. Este alejamiento de la perspectiva habitual vino dado sobre todo de la música popular, campo más abonado desde siempre a la experimentación sonora que el de la música clásica²⁶. La mejor butaca posible dejaría de ser la principal estética buscada por los productores. Lo que algunos quieren presentar como grabaciones antirrealistas, explica Nicholas Cook, bien podría considerarse como parte de las prácticas establecidas de la producción clásica dominante a comienzos del siglo XXI. Mientras que los discursos en torno a *The Best Seat in the Hall* proclaman el paradigma de la reproducción, las prácticas de estudio se han dirigido últimamente a lo que Cook llama una reconstrucción de la realidad, pero una realidad que persigue una estética hiperralista²⁷. Si las condiciones normales de escucha en directo vienen delimitadas por el espacio físico y la tecnología mecánica, con lo digital el mundo se abre a experiencias jamás imaginadas y en constante evolución gracias al triunfo de la tecnología digital.

Tal vez el cambio de paradigma más relevante de las últimas décadas haya sido la transformación de la producción, distribución, acceso y escucha de una música analógica a otra digital desde los ochenta²⁸. Un cambio de modelo que coincide no por casualidad con el cambio de paradigma social, cultural y de pensamiento que los sociólogos han denominado posmodernidad. Como veremos en seguida han surgido nuevos contextos aurales a lo largo de los últimos cuarenta años, pero una de las más trágicas consecuencias de este cambio de paradigma ha sido la progresiva individualización y la desaparición de rituales de escucha en grupo asociados tradicionalmente en torno al disco, la radio y en los cincuenta a la televisión.

²⁶ COOK, *Beyond...*, pp. 374-379.

²⁷ *Ibid.*, p. 386.

²⁸ Véase ZAGORSKI-THOMAS, SIMON: *The Musicology of Record Production* (Cambridge University Press, 2014).

4.2.1. La música mecánica y la música comercial

Desde que los músicos desarrollaron por primera vez mecanismos y convenciones sociales para ser pagados por sus interpretaciones, hasta el desarrollo de la industria editorial musical que creó flujos de ingresos para los compositores, ha habido un proceso constante de mercantilización de la música. A este proceso ha contribuido la grabación durante los últimos ciento veinte años²⁹. Músicos, editores, copistas, amanuenses o artesanos de instrumentos vivían en entornos sociales más o menos mercantilizados en torno a la música. Tal vez se hayan complicado notablemente las estructuras de producción y distribución desde la segunda mitad del siglo XX, pero no podemos negar que la música siempre ha sido un producto susceptible de convertirse en mercancía. Ahora bien, el recurrente concepto de música como objeto de mercantilización del arte ha tendido a nublar otras formas de producción.

Theodor Adorno y Jacques Attali, supieron ver las diferencias con respecto a las prácticas rituales de la burguesía, pero creo que no supieron anticipar que los modos productivos y reproductivos del siglo XX trajeron inéditas formas de interacción y de expresión artística que no tienen ni deben ser necesariamente burguesas. ¿Qué opinaría ahora mismo Adorno acerca de los potentes buscadores de internet, las aplicaciones algorítmicas y la inteligencia artificial, capaces de establecer clasificaciones de oyentes en base a sus gustos e intereses, capaces de ofrecer códigos de escucha que refuerzan la identidad al mismo tiempo que amplían los horizontes de nuestro conocimiento y capital cultural? Empero, en algo tenía razón Adorno: los medios y las tecnologías crean nuevas condiciones de producción, significado y conformación del gusto al servicio de la industria y no tanto al servicio de la cultura: una idea que también es defendida por sociólogos y filósofos como Gilles Lipovetsky, Hervé Juvin o Umberto Eco.

Como consecuencia de la reproductibilidad técnica del arte, es decir, al convertir la música en objeto de intercambio, Walter Benjamin se preguntó si esta mecanización no acabaría con el aura supuesta a la música experimentada en vivo, en las salas y teatros. Aunque los escritos de Walter Benjamin estén dirigidos sobre todo al cine y la fotografía, la idea de la pérdida del arte aurático tuvo que ver con la era de la reproductibilidad técnica en general, también la música. Según hemos interpretado los textos benjaminianos, la música en vivo disponía de un valor de uso para el culto y el ritual antes de la fonografía, pero después de ella pasó a convertirse en un arte plenamente profano en el que ya no predominaría el culto sino la mera exhibición. En la actualidad hay quienes comparten con Benjamin y Adorno que la época de la reproducción técnica del arte, o bien conlleva una pérdida del aura o bien es convertida en simple objeto de

²⁹ ZAGORSKI-THOMAS, *The Musicology of Record Production...*, p. 23.

mercado. La solución a este dilema ya lo hemos anunciado en otro momento de esta tesis: el valor simbólico que recogen las grabaciones debería ser tomado como una obra en sí misma, al margen de su comparación con la música en vivo. Como dice Zargoski-Thomas, el estudio de la música grabada en relación con la sala de conciertos se convierte en algo análogo al estudio del cine en relación con el teatro: es decir, no podemos confundir el producto construido en un proceso no lineal con el proceso lineal que supone una interpretación, sencillamente son dos hechos diferentes³⁰.

La unicidad, originalidad y autenticidad de la música en vivo produce —en términos de benjaminianos— un valor casi sobrenatural de epifanía que la reproducción mecánica desvirtúa y profana sin escrúpulos. Pero por qué no podríamos entender la reproductibilidad en su sentido opuesto: es decir, una especie de signo de liberación del carácter aurático que el ritual burgués había impuesto a lo largo de todo el siglo XIX mediante la asunción de unos modelos de comportamiento y rituales estrictos. Si la música pierde su aura al ser reproducida en masa mecánicamente, ¿qué carácter podríamos concederle al objeto de esa mecanización, es decir, al soporte? La decadencia del carácter aurático del arte continuó extendiendo sus postulados durante buena parte de la segunda mitad del siglo XX a través de la influencia de los escritos procedentes de la Escuela de Fráncfort en la musicología alemana y al amparo de una segunda oleada de la cultura de masas (la primera se había dado en la década de 1920).

Al grabar la música, es decir, al extraer el contenido fuera de su tradicional continente (la sala de conciertos y los teatros de ópera) para plasmarlo en un objeto, y al producirlo y reproducirlo en masa, tanto contenido como continente tenderán pronto a ser cosificados merced al poder de la industria. Supongamos por un momento que Benjamin tiene razón. Si el aura que rodea la música en vivo ofrece una experiencia única, auténtica e irrepetible, y si podemos captar esa aura y reproducirla en la escucha, no como ritual, entonces el valor simbólico es convertido en valor material. Es decir, al sacar a la música de la sala de conciertos para “enlazarla”, la industria del disco necesitará cosificar la música, tanto en lo que se refiere al soporte de grabación como a la propia música que contiene. ¿Quién puede negar que la música anterior a la era fonográfica no fuese cosificada a través de la venta de partituras, ediciones y reediciones, programas de mano, contratos de intérpretes o través de las costumbres y los rituales de escucha?

³⁰ ZAGORSKI-THOMAS, *The Musicology of Record Production...*, p. 26

Naturalizado progresivamente a lo largo de siglo XX, no fue hasta completado éste cuando el soporte adquirirá definitivamente cierto grado de valor simbólico dentro de unos pocos círculos de la musicología. Un valor para el símbolo que la música líquida se ha encargado de fulminar en pocos años al hacer desaparecer el soporte de nuestro entorno. La música líquida elimina de golpe el valor simbólico asignado al material (continente) dejando al contenido como único texto profético en una cultura fuertemente incrustada en el acceso a las experiencias³¹. La industria cultural tuvo que empaquetar necesariamente el contenido y el continente, —así lo viene haciendo desde la década de 1920 en la música— pero con las redes de pares, el internet y el streaming, la materia queda desvalorizada, añadiéndole únicamente valor al contenido. Más aún, a medida que cruzamos al siglo XXI, la música líquida no añadirá valor a la grabación como tal, sino que adquirirán relevancia capital la cantidad de contenido disponible y sus diversas vías de obtención y acceso.

Volviendo a Benjamin, si seguimos sus postulados sobre el aura, todos los conciertos que se dieron en el MET de Nueva York a comienzos del siglo XX poseyeron su propio valor aurático para quienes pudieron asistir *in situ*, como en cualquier otro concierto en vivo. Según la idea del aura de Benjamin, solo quienes asistieron a aquellos eventos pudieron disfrutar realmente del carácter aurático envolvente. Y, sin embargo, ¿no se perdería automáticamente esa aura si Benjamin hubiese descubierto que James Henry Mapleson estaba grabando clandestinamente aquellos conciertos y óperas? O sea, ¿el valor aurático en la música en vivo no es más que un valor simbólico añadido que se convierte en valor espurio si se demuestra que ha sido grabado?³². Con estas preguntas no estamos negando que la experiencia del concierto se viva como algo único, sino que debemos asumir que la unicidad se produce como consecuencia de un conjunto de experiencias asociadas a la performance.

En suma, la oposición del aura de la música en vivo frente a la reproductibilidad técnica, o lo que es igual, enfrentar el supuesto carácter único e irrepetible de la experiencia del concierto a la reproducción mecánica y la escucha repetida de la música grabada, es una cuestión cuya alargada sombra llega a nuestros días. Pero lo más interesante a nuestros propósitos es lo que Dice Pablo L. Rodríguez: «La pérdida de la experiencia aurática en favor de la reproductibilidad

³¹ RODRÍGUEZ, PABLO L.: “Primephonic, reinventando la clásica en la era del acceso”, *Scherzo*, N.º., 366, octubre, 2020, pp. 68-70.

³² Sin embargo, Martín-Barbero advierte en palabras de Benjamin en su obra *Discursos interrumpidos* que “Acercar espacial y humanamente las cosas, quitarle su envoltura a cada objeto, triturar su aura, es la signatura de una percepción cuyo sentido para lo igual en el mundo ha crecido tanto que incluso, por medio de la reproducción, le gana el terreno a lo irrepetible”. He aquí la solución en Benjamin. Antes de la era de la reproductibilidad técnica, las cosas, a pesar de su cercanía, permanecían lejos según los modos de relación social dados, pero ahora, las masas ayudadas de la tecnología, “hasta las cosas más lejanas y más sagradas las sientes cerca”³². J. Martín-Barbero, *De los medios...*, p. 53.

determinó una transformación completa y paulatina de la experiencia perceptiva que llegaría a cambiar la autoridad de la interpretación en vivo por la autonomía del registro sonoro»³³.

En este mismo sentido, Nicholas Cook compara la fotografía con la grabación para quejarse de que en la actualidad la música grabada siga siendo entendida en los mismos términos que la producción de la música en vivo, algo que, por cierto, no ocurre desde hace mucho tiempo en los campos de la fotografía y la pintura³⁴. Cook atiende a la especialización y la separación en los campos de la fotografía y la pintura, por un lado, y el del teatro y el cine por otro, claramente definidas desde hace tiempo. Una separación que no está definida del todo hoy en día pues nos cuesta entender que la música en vivo y la música grabada son dos hechos musicales diferentes con experiencias vivenciales distintas. Es evidente, afirma Cook, que existen diferencias importantes entre ambas, tanto en términos de producción como de consumo, y tratarlos como sistemas culturales separados tiene la gran ventaja de que cada uno de ellos puede ser considerado en sus propios términos, sin distorsionar o interferir en el otro³⁵. Parece sensato, según Cook, primero abogar por abarcarlas dentro del más amplio concepto de *performance* y sólo más tarde tratar de ver sus divergencias.

Los rituales iniciados en el siglo XIX por el movimiento de los diletantes desaparecieron según Umberto Eco por culpa de lo que él llama la «música reproducida», en una línea discursiva muy similar a la de Walter Benjamin y Theodor Adorno. Argumenta que la difusión del disco condujo a «un desaliento progresivo del diletantismo musical», provocando la desaparición de pequeñas comunidades de aficionados acostumbrados a la práctica interpretativa de música. A su vez, la grabación terminó desanimando «ejecuciones públicas de nivel mediocre» aunque fuesen totalmente lícitas, a la vez que propagó un repertorio comercialmente universal, alentando una determinada «pereza cultural»³⁶. No podemos negar que las hipótesis de Eco fueran ciertas a partir de la década de 1940, pero nunca antes de esta fecha. Veamos por qué.

Mark Katz muestra su oposición a las tesis que indican una disfunción en este sentido. Aunque es cierto que el fonógrafo superó en número de ventas a los pianos ya en 1922, Katz no cree que el número de aficionados descendiera como consecuencia de la introducción de la

³³ RODRÍGUEZ, PABLO L.: “De una musicología centrada en la partitura a otra centrada en el sonido: un primer acercamiento de la discología” en AVIÑO, JOSÉ y MARTA VIDÁN (eds.): *Procedimientos tecnológicos y creación sonora* (Barcelona, Icària, 2015), pp. 101-111.

³⁴ COOK, *Beyond...*, p. 357. «Hoy en día vemos a la fotografía y la pintura como prácticas culturales suficientemente distintas, y no estamos tentados a ver una como copia o inferior en relación con la otra. La transformación conceptual que llevó décadas en el caso de la fotografía apenas ha sucedido en el caso de la grabación, que generalmente no se considera una forma de arte por derecho propio». [Traducción propia].

³⁵ *Ibid.*, p. 357.

³⁶ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2016, [1968]), pp. 338-344.

fonografía en los hogares americanos a comienzos del siglo XX. Para refutar esta idea de la pérdida de la práctica musical amateur, Katz acude al número de profesores de música de la época, que ascendió en un 2,5% en el periodo que va entre 1890 y 1910, o lo que es igual, desde la introducción de los discos comerciales hasta el lanzamiento de la popularísima Victrola. La sociedad estadounidense de las tres primeras décadas del siglo XX realizó un esfuerzo considerable por cambiar su educación musical mediante la escucha de lo que llamaron “*good music*” refiriéndose a la música clásica de tradición europea. Una educación que, por otro lado, había sido bastante deficiente hasta la llegada de la fonografía, como atestigua el propio Katz. Fueron años en los que la mujer aumenta su independencia, en los que se vive un cambio de actitud ante la música en general y un esfuerzo notable enfocado a mejorar la tecnología. Cambia la moralidad y la ética, abriendo el acceso de bienes de consumo a estratos sociales más humildes, y el acceso a las mujeres a espacios antes reservados exclusivamente al hombre. Son años en los que los estados se plantean el abandono de los sistemas políticos liberal en favor de estados más democráticos y con mayor participación obrera. Son años en los que se vive un estrechamiento de las amplias brechas existentes de clase, raza y género mediante renovadas políticas culturales y educativas³⁷. Es en este contexto y bajo la conjunción de estos rasgos cuando el fonógrafo y el gramófono se abren camino en la cultura del ocio.

Durante los primeros años de la década de 1920 muchos de los aparatos de radio eran de fabricación casera —sobre todo para las economías más humildes—, y la señal era tan débil que solo era posible la escucha individual mediante auriculares; a este tipo de oyentes se les llamó “galenistas” por el empleo de la llamada de la galena y de fabricación extremadamente sencilla. Los poseedores de radios de válvulas de amplificación que escuchaban la radio a través de altavoces o altoparlantes eran llamados “lampistas” (por el uso de radios de válvulas o lámparas). El elevado coste de las lámparas hacía que este tipo de radios estuviera solo al alcance de unos pocos. Así es como en sus comienzos muchos de estos aparatos de radio se instalaron en lugares de ocio y recreo públicos como cafés, clubes sociales, asociaciones, etc.³⁸ Con los años la producción de radios se abarató llegando en menos de una década a un público infinitamente más numeroso.

De los años veinte a los cincuenta el entretenimiento dominante en el hogar fue la radio. En 1931 la mayoría de los hogares estadounidenses tenía al menos un receptor de radio. No cabe

³⁷ KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), pp. 75-79.

³⁸ ARCE, JULIO: *Música y radiodifusión. Los primeros años (1923-1936)*, (Madrid, Música Hispana. Textos: ICCMU, 2008), p. 156.

duda de que la radio fue la primera tecnología de los medios de comunicación de masas. Además de democratizar el acceso a la música clásica en los estratos sociales bajos, también supuso un cambio en los modelos de percepción de todos los estratos sociales. Uno de los cambios más importantes fue el acceso a distancia de los oyentes a una música retransmitida en vivo, radiada desde los propios escenarios o desde los estudios radiofónicos. Este hecho promovió la contratación de numerosos artistas que tocaban en directo desde las emisoras. La atractiva miscelánea de programas era variada y el patrocinio y la publicidad se convirtieron pronto en la mejor fuente de financiación privada. La NBC creó en exclusiva una orquesta sinfónica dirigida por Arturo Toscanini con el objeto de emitir una música clásica en vivo. Compositores como Georg Gershwin se dieron a conocer gracias a la radio. La orquesta Filarmónica de Nueva York también daba conciertos radiado semanalmente. Aunque no existía ninguna emisora dedicada en exclusiva a la música clásica durante las primeras décadas de siglo, es casi seguro concluir que prácticamente todo el mundo que dispusiera de una radio escucharía, en mayor o menor medida, algo de música clásica: un hecho sin precedentes.

El paso siguiente consistiría en llevar todo el aparato radiodifusor hasta los grandes eventos musicales, algo que sirvió de promoción para muchos compositores, dados a conocer al mundo gracias a las ondas hertzianas. Toda emisora que se preciara debía tener su orquesta propia: así ocurría en Europa en ciudades como Turín, Londres, Stuttgart, Hamburgo, Langeberg, Berna, París, Rabat, Roma, Berlín, Daventry, Praga, Rabat, Milán, Bruselas, Múnich, Viena, etc. Todo sonaba en directo en los años veinte. La mala calidad de las grabaciones anteriores a la grabación eléctrica junto al desarrollo y difusión de la radio con vocación de servicio público, promovieron los conciertos en vivo por todo el planeta. Como consecuencia de las mejoras en la calidad del sonido, a finales de la década de 1920 las grabaciones comenzaron a sustituir a la música en vivo radiada, aunque esta no desaparecería del todo. Con todo y ello, durante esta década la música en directo todavía sobrepasaba a la música grabada emitida desde la radio.

En sus inicios la escucha fue colectiva, organizando audiciones públicas. También es cierto que tuvieron carácter experimental, al estilo del cinematógrafo. Poco después, juntarse en familia en torno a la radio se convertiría en una costumbre que solo la televisión de los años cincuenta igualaría (de hecho, con la llegada de la televisión y gracias al transistor, la radio ocuparía nuevos lugares para la escucha como el dormitorio, el coche o el trabajo). Rodear la radio para escuchar el parte de noticias, retransmisiones deportivas y música o teatro en vivo, transformaría la escucha en un elemento de diversión familiar casero y compartido.

La radio haría del oyente un espectador activo y partícipe de la programación, pues muchas emisoras promovieron un espacio dedicado a peticiones o recibían cartas de sus seguidores con

sugerencias de escucha. Buena parte de las radios más famosas editaban una revista propia con contenido sobre comentarios, críticas, y artículos acerca de la música emitida³⁹. En los grandes centros comerciales se colocaron altoparlantes que esparcían por el espacio compartido los programas favoritos del público. El teatro, y el cine en sus inicios, fueron grandes acontecimientos que no todo el mundo podía permitirse; sin embargo, la radio se convirtió muy pronto en el entretenimiento diario, cotidiano y más barato de la primera mitad del siglo XX.

Los primeros radioyentes pertenecieron a familias blancas de clase media residentes en zonas urbanas, muchos de ellos radioaficionados varones interesados en los avances científicos y aficionados a los espectáculos musicales y el teatro. Como dice Julio Arce escuchar la radio, poseer un aparato de radio, «era un símbolo del progresismo de su propietario»⁴⁰. La música clásica ocupaba un importante papel pues la función de la radio en sus inicios no era —como puede ser ahora— la de entretener o informar sino la de educar. En España estuvieron de moda las zarzuelas, los cuplés, las variedades, el flamenco, conciertos de bandas de música, pero también la ópera, la música sinfónica y la de cámara «eran apreciadas como elemento de promoción social»⁴¹. Estar atentos a las demandas y los gustos de los públicos en las emisoras privadas se convirtió en seguida en un reto para los programadores de música.

La propia actividad de componer se vio alterada con la llegada de la radio ya que muchos compositores se animaron a crear obras exclusivamente diseñadas para ser escuchas en la radio. Por ejemplo, con el auge del teatro radiofónico se escribieron músicas específicamente diseñadas a tal efecto. La interpretación de la música en vivo también se vio alterada, sobre todo porque al tener que suplir la parte visual y espectacular de la música en vivo, muchos de los interpretes tendieron a la exageración del *vibrato*, los timbres, el rubato, etc. La música fue en el principal contenido programado por las primeras emisoras de radio. Debido a la necesidad en sus primeros años de radiar la música en vivo, muchas emisoras contaron con sus propios equipos de arreglistas, orquestas y músicos. Una vez hicieron fueron haciendo acopio de grabaciones, las radios pasarían a convertirse en grandes fondos de documentación fonográfica a lo largo del siglo XX.

La radio, el primer streaming de la historia de la fonografía, no promovía un tipo de escucha menos atenta que la se podía percibir en los discos, al menos en las décadas de 1920 y 1930. En los años veinte, al igual que había ocurrido con el fonógrafo primero y más tarde con el

³⁹ *Ibid.*, p. 15. De especial interés para esta tesis ha resultado el capítulo V “La audiencia de la radio: sinhilistas, radiosescuchas y teleoyentes”, pp. 147-171.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 154.

⁴¹ *Ibid.*, p. 165.

gramófono, la radio emuló los hábitos y rituales de escucha provenientes de los conciertos, el teatro y las variedades. Solo más tarde desarrolló «un lenguaje propio y nuevas formas específicas en las que la presencia de la música es relevante»⁴². En cierto modo, la escucha de un concierto en vivo radiado venía a representar ese momento único de escucha asociado al concierto, esa aura benjaminiana. Pero cuando las emisoras comenzaron a pinchar discos en los años treinta sustituyendo progresivamente a la música en vivo radiada, es cuando comienza un cambio en los paradigmas de escucha. La reproducción mecánica de músicas grabadas permite la distracción auditiva, a sabiendas de que se puede volver al archivo sonoro cuando se quiera. La radio, excepto con las peticiones explícitas a los programas, no permitía al oyente elegir la música a escuchar. La programación estaba sujeta al devenir de cada emisora, así como a la publicidad. Esta falta de elección en la escucha sería descrito por las primeras plataformas de streaming digital a finales de siglo XX como una dictadura del dial.

Y es que la radio es, como el resto de medios, neutra en su condición de transmisor: sólo ofrece resultados en sus modos de empleo. Es la condición de escucha de música la que le confiere parte de su carácter único a la radio. Lo que la diferencia del disco y el gramófono de comienzos de siglo es que la radio aún distanciaba más al oyente del intérprete, descorporeizando casi por completo la escucha; eliminaba cualquier referencia o símbolo proveniente de la interpretación, cualquier imagen asociada al intérprete o al compositor que sí facilitaba el disco. La materialización del cilindro y el disco, propia de la era fordista, daba paso a la transmisión de una música que viajaba por el aire a través de ondas, como una especie de magia que añadía un aliciente descorporeizador y desmaterializador a un mundo que alimentaba en exceso el materialismo.

La frecuencia modulada a mediados de la década de 1930 mejoró el sonido y con él, la escucha de música. En los cuarenta la radio pasó a ser un objeto de ocio más íntimo, versátil y portátil. Se fabrican pequeñas radios portátiles fáciles de llevar a cualquier sitio y en los coches se incorporan como llamativos extras. Se conceden licencias a emisoras dedicadas exclusivamente a la emisión de música grabada. Será entonces cuando la amplitud moderada (AM) pasaría a informar y la frecuencia modulada (FM) a entretener. En los cincuenta, con la aparición del semiconductor que redujo el tamaño de las radios y su transporte, la música alcanzaba cualquier lugar al que llegasen las ondas hercianas.

Hacer ver al oyente a través del lenguaje y entretener, ésa era y es la esencia de la radio. La radio también contribuyó a socavar el comportamiento social institucionalizado de la escucha

⁴² *Ibid.*, p. 12.

del siglo XIX. La combinación de radio, cine y música grabada transmutó las audiencias, el consumo de música y los rituales de escucha de los nuevos públicos para siempre. La radio no restó público a la música clásica en vivo, sino que sirvió como medio para la educación y la promoción de conciertos. También ayudó a seguir constriñendo el canon de obras tanto en la música grabada como en vivo. El impacto social de la radio como medio de comunicación solo ha sido superado por la televisión y por internet.

Dando el salto a 1977, refiriéndose a las redes de distribución del mercado físico, cuando todavía no existía la música digital ni internet, Jacques Attali afirmaba que las redes han cambiado la música, pero también han anunciado y previsto un cambio completo en la organización social⁴³. Attali vaticinaba en los albores del posmodernismo que había comenzado un proceso acelerado conducente a la interconexión de redes, como luego se vería certeramente con la aparición de internet. «Hay que analizar esas redes y basar en su estabilidad el análisis de las mutaciones», añadía Attali; aunque seguramente hablar de redes en 1977 no tenía el mismo significado que le conferimos en la actualidad⁴⁴.

Romper los códigos de escucha burgueses del siglo XIX, acabaría, según Attali, con «la función socializadora de la música»⁴⁵. Pero si el objeto es analizar las “mutaciones”, no podemos estar del todo de acuerdo con esta hipótesis de la destrucción de la socialización. De hecho, estamos seguros de ello cuando afirmamos que las prácticas confeccionadas a finales del siglo XVIII en torno al concierto siguen intactas en la actualidad, con todas las reservas que se quieran tener. Mismos lugares donde llevar a cabo las *performances*, mismas costumbres socializadoras, mismos rituales de silencio y aplauso al final del espectáculo. Más aún, tales prácticas, en lo que a la escucha se refiere, ni siquiera han sido revisadas. Precisamente con lo que hoy nos encontramos son *otras* «redes» de socialización, es decir, otras formas de interacción social que han sido posibles gracias a la aparición de nuevos medios de masas: como es la transmisión en streaming de un concierto en directo a miles de kilómetros del hogar.

La tecnología condiciona muchos aspectos de nuestras vidas, también la escucha y los rituales en torno a la música. Los oyentes urbanos con auriculares buscan mundos imaginarios que la realidad les oculta. Intentan controlar sus áreas de individualidad para escapar de las zonas de socialización, gozando de una inmunidad relacional que cada vez es más buscada conscientemente. Esta huida de lo real, de la rutina, de las costumbres tradicionales, son consecuencia de una industria de la cultura que sería duramente criticada desde la Escuela de Frankfurt, y

⁴³ ATTALI, *Ruidos...*p. 63.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 63.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 72

especialmente por Horkheimer y Adorno. Hoy en día, las prácticas culturales son analizadas por la sociología como una consecuencia del influjo de la producción de masas, pero también desde la perspectiva de la (hiper)individualización de las actitudes hedonistas a las que nos ha conducido el nuevo sistema neoliberal. Unas tecnologías que colonizan la conciencia de un público cada vez más diseminado. Un público que consume sus propios contenidos gracias a las recomendaciones personalizadas en base a su estatus, clase social, estereotipos de consumo, intereses personales, etc. Si las prácticas anteriores a la Segunda Guerra Mundial pueden ser estudiadas metodológicamente desde un paradigma sistémico, hoy considero que deberíamos entender las prácticas dentro del paradigma constructivista con el que las realidades sociales son concebidas meras construcciones históricas y cotidianas de unos individuos que actúan en colectivos cuyas fuerzas escapan al control de los diferentes actores.

A medida que el vinilo, el casete, el *compact disc*, pero también el cine, la televisión, la radio y los videojuegos fueron ganando terreno, la preocupación por la influencia de las tecnologías en las sociedades —sin dejar de encontrar críticas entre los deterministas digitales— no tuvo tanta importancia como se cree. Sí que la tuvo en cuanto a las relaciones, la subjetivación y la psicologización, que acabaron desplazando al individuo posmoderno a un estado “yoista”, hedonista y deshumanizador. El propio Adorno acabó aceptando poco antes de morir a finales de los sesenta que el disco de vinilo e incluso la radio, es decir, el sonido mediado tecnológicamente y la producción en masa que tanto criticó, eran capaces de una «proximidad corporal que la inmediatez de la actuación en vivo a menudo niega a aquellos cuyo objetivo es una recepción concentrada»⁴⁶. Por fin, Adorno asumía que la grabación había alcanzado una calidad tal que animaba a la escucha atenta, una experiencia que acercaba al oyente a la misma proximidad corporal que la de la música en vivo.

En definitiva, Adorno no hizo otra cosa durante toda su vida que legitimar en sus críticas las concepciones normativas de la escucha de música de la alta cultura. Lo que no nos atrevemos a asegurar es si era consciente de ello o si sencillamente criticaba la música enlatada por el hecho de estar mecanizada. Lo que yo creo es que, en realidad, el contacto entre la música y el oyente había comenzado a experimentar cambios gracias a inéditos medios tecnológicos, y que estaba surgiendo un nuevo tipo de oyente cuya relación con la música subrayaba la individualización y la personalización de los repertorios, así como el disfrute de la música en la intimidad del espacio privado del hogar y más tarde la ubicuidad de la música portátil. La consecuencia de esta individualización tendría como resultado un progresivo alejamiento de las estructuras

⁴⁶ Citado en VOLMAR, ALEX: “Experiencing high fidelity”, en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, p. 408.

normativas burguesas que cederían, en cierto modo, parte del control de lo *qué debía y no debía* ser escuchado, al mismo tiempo que cedía control al *cómo debía* hacerse.

Con la capacidad de reproducir copias iguales a partir de los discos de Berliner, la música se convirtió en un lucrativo negocio. Por eso, la explotación a gran escala de la música le debe absolutamente todo a los sistemas de grabación del sonido. Como indica Suisman, siempre que escuchemos música en un restaurante o en un centro comercial, en el descanso de un partido de fútbol o en una película, en un programa de televisión o en el avión antes del despegue, en un hospital o justo antes de inhalar la anestesia en la camilla de un quirófano, en todos esos casos, la industria de la música estará siempre presente⁴⁷. Y añadimos, la industria de la música grabada. La gran mayoría de las veces que escuchamos música desde la década de 1920 se ha hecho a través de grabaciones reproducidas en altavoces. Que el valor de estos ejemplos se mida en términos financieros, no como algo perteneciente a la cultura o la estética, es una idea que arrastramos desde el mismo surgimiento de la fonografía.

En definitiva, a principios del siglo XX surge una nueva cultura en torno a la música grabada. Una cultura explotada por un conglomerado de industrias que abarcan ámbitos diferentes. El auge de la música como negocio fue un fenómeno internacional, con Estados Unidos liderando el proceso. Al igual que otros bienes de consumo, la música adoptó rápidamente un patrón de producción fabril, fordista, organizado y rentable. Como cualquier otro objeto de consumo, la música, una vez cosificada en sistemas de reproducción mecánica, pasó a desempeñar una función de bien duradero, fácilmente disponible, que disponía cada vez más de un catálogo amplio y asequible, y todo ello fabricado a bajo costo para millones de personas en todo el mundo.

4.2.2. La alta fidelidad en el ritual de escucha

Antes de 1900, la estructura física, el diseño, los materiales empleados, en definitiva, la construcción de los espacios públicos para la escucha de música en vivo, era singular a cada una de las construcciones arquitecturas. Un sonido propio, distinguible y reconocible por factores como el tiempo de reverberación, el timbre o la profundidad y la claridad de la escucha, definían a cada auditorio y teatro. De la noche a la mañana, a comienzos del siglo XX, la tendencia común consistió en eliminar el efecto de reverberación natural de las salas, que pasó a convertirse en un tipo de ruido innecesario a eliminar. En esa búsqueda de un sonido más “seco” tuvo mucho que ver el advenimiento de la fonografía. A medida que los nuevos criterios de escucha y diseño fueron ganando terreno, y las tecnologías arquitectónicas y electroacústicas

⁴⁷ SUISMAN, *Selling Sounds...*, p., 8.

diseñadas para tal fin se desplegaron, con los años prevaleció un sonido impuesto desde el mundo tecnológico de la grabación del sonido⁴⁸. El resultado fue que gran parte de aquellos espacios públicos y privados, comenzaron a sonar de la misma manera que el sonido grabado en los estudios. Un sonido que tendía a limar las diferencias entre la escucha de la música en vivo y la grabada⁴⁹. En las grabaciones se buscaba un sonido claro, directo, no reverberante, moderno y eficiente. Moderno en el sentido de que estaba destinado al consumo, convirtiendo, así, al sonido por sí mismo en un producto de masas. Moderno porque era el resultado y la demostración del dominio técnico del hombre sobre el entorno físico, sobre la naturaleza, transformando las relaciones tradicionales preexistentes entre el sonido, el espacio y el tiempo, y como consecuencia, transformando también los modos escucha⁵⁰. Para Emily Thompson, el dominio técnico sobre la naturaleza y la aniquilación del tiempo y el espacio han sido reconocidos desde hace mucho tiempo como aspectos definitivos de la cultura moderna. Desde el arte cubista y la física de Einstein, los artistas y los pensadores modernos estaban unidos por un deseo que desafiaba los límites tradicionales de espacio y tiempo, deseo compartido a comienzos del siglo XX por los investigadores en acústica. Sirva como ejemplo el Symphony Hall de Boston, primer auditorio del mundo en ser construido de acuerdo con las leyes de la ciencia acústica moderna. Otra consecuencia derivada del interés por ciencia acústica fue la creación en 1929 de la Acoustical Society of America. Así, en tan solo tres décadas, el debate sobre las características propias del sonido en cada sala de conciertos y cada teatro de ópera asumió el discurso de la calidad del sonido y la alta definición provenientes de las grabaciones⁵¹. (Tal vez como consecuencia de este debate, haya surgido recientemente un planteamiento musicológico que aborda el sonido globalizado de las orquestas, tendentes a buscar una misma sonoridad. Un debate que, por cierto, aunque puede abordarse desde distintas perspectivas, suele poner el foco en la falta de personalidad de las orquestas y la influencia negativa de las grabaciones sobre las estéticas aurales y los gustos de la música en vivo. Sin embargo, la mundialización unificada del sonido no es algo reciente, sino que hunde sus raíces, como estamos viendo, en los albores mismos de la fonografía).

La calidad del sonido y la portabilidad de la escucha han sido otras dos de las constantes preocupaciones entre los principales inventores y fabricantes de aparatos reproductores de

⁴⁸ Sobre arquitectura acústica véase THOMPSON, EMILY: *The soundscape of modernity. Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1933* (USA, MIT Press, 2004).

⁴⁹ THOMPSON, EMILY: "Sound, modernity and history" en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), pp. 117-129.

⁵⁰ *Ibid.*, 119.

⁵¹ *Vid.* MARÍN, MIGUEL ÁNGEL: "¿Suenan igual hoy todas las orquestas?", *El cultural*, 1 de julio de 2019, vid. <https://elcultural.com/suenan-igual-hoy-todas-las-orquestas> [30/08/2019].

música. No sabemos si esta doble querencia ha estado nivelada por igual entre esas preocupaciones a lo largo de la historia de la música grabada, pero lo que sí sabemos es que la preocupación por la calidad del sonido ha sido desde siempre (o al menos hasta la era digital de la música) una querencia por pequeños grupos de audiófilos. Por tanto, cada vez que hablemos de una pérdida en la calidad de la escucha, no pretendemos expresar juicios de valor, sino analizar los cambios que se han dado en los discursos y los rituales a ella asociados.

Desde los inicios de la fonografía se experimentó una constante búsqueda por la calidad en todos los procesos que intervenían en la grabación, la copia y la reproducción. Antes de que se convirtiera en una entidad medible, la fidelidad del sonido se basó en la construcción de una correspondencia social entre diferentes sonidos a través de una técnica auditiva, elevada a un tipo de actitud que rozaba lo metafísico⁵². La calidad del sonido en la grabación surgió como mezcla de dos factores. Por un lado, el trabajo de los ingenieros de la época empeñados en imitar el único sonido de referencia disponible hasta la fecha, la música en vivo⁵³. Un modelo tomado del siglo XIX, pero cargado de referencias simbólicas, y no pocas dosis de ideología de clase y género. Por otro lado, surgió una inevitable exigencia dirigida al nuevo oyente de música grabada con el objeto de poner en práctica su imaginación y que entendiese que aquellas ruidosas grabaciones sonaban exactamente igual que la música en directo⁵⁴. Así, el oyente solícito de finales del XIX y comienzos del XX tuvo que esforzarse por imaginar y asumir que la fuente del sonido grabado era muy similar a la música que escuchaba en vivo. Un proceso educativo y embaucador que implicó una fuerte inversión proveniente de la industria de aquella época. Si las primeras demostraciones públicas consistieron sencillamente en el intento de convencer que aquellas máquinas simplemente funcionaban, las famosas pruebas de tono buscaron ir más allá, estableciendo equivalencias entre la interpretación en vivo y su imagen grabada⁵⁵. Todos, inventores, fabricantes y oyentes, tuvieron que tener algo de su parte para entender aquella nueva forma de escucha del sonido vinculado a la música grabada.

De este modo, podemos asegurar que la reproducción del sonido y la idea de alta y baja calidad, forman parte de un proceso social a modo de construcción, necesariamente centrado en las nuevas capacidades técnicas y su consecuente asimilación por parte del público de masas. Dicho de otra manera, hablar de la calidad del sonido en cada época es hablar de un meticuloso

⁵² STERNE, *The audible past...*, p. 260.

⁵³ La labor del ingeniero de sonido ha ido pasando —sobre todo en la segunda mitad del siglo XX— de ser un mero inventor a ocupar un lugar parecido al del autor.

⁵⁴ Acudiendo a la RAE, por alta fidelidad se entiende la capacidad de reproducir muy fielmente el sonido. Por sonido se entiende el sonido natural, el que el oído percibe de su entorno natural.

⁵⁵ Entre 1915 y 1925, la Edison Company llevó a cabo más de cuatro mil pruebas de tono a millones de oyentes estadounidense. *Ibid.*, p. 262.

diseño cultural, susceptible tanto de las derivas de las modas como de los desarrollos tecnológicos⁵⁶.

Dejando de lado al audiófilo —entendido éste como el aficionado a la música que muestra un interés especial en los sistemas de grabación y reproducción de alta calidad—, en lo que se refiere al oyente común y corriente, parece ser que la calidad del sonido no ha formado nunca parte de sus intereses y sus rituales de escucha⁵⁷. Si apartamos por un momento la polémica disputa por la calidad del sonido entre el fonógrafo y el gramófono, tanto Edison como Berliner sentaron un precedente para futuras generaciones en la que los «consumidores de audio, el comprador de música típico estaba dispuesto a dejar de lado un pedigrí sonoro esquivo a cambio de la comodidad y el coste más bajo de los discos»⁵⁸. Algo que, por otro lado, y paradójicamente, no es más que un breve anticipo de lo que ocurriría después con el disco de vinilo, la cinta de casete y el MP3, que acabó definitivamente arrinconando la evidente superioridad de sonido del disco compacto y otros soportes como el DAT, el DCC o el MiniDisc.

El término Hi-Fi aparece a finales de la década de 1920 y comienzos de 1930. El surgimiento del término alta fidelidad tuvo mucho que ver con una nueva «retórica publicitaria dirigida durante estos primeros años a la mercantilización de la radio, la grabación y reproducción eléctrica»⁵⁹. Las mejoras en las frecuencias graves, la nitidez y la eliminación de ruidos, sirvieron de excelente escaparate comercial en el que seguir incitando el gusto por la alta definición. Durante décadas la aspiración de un nutrido grupo de audiófilos fanáticos del Hi-Fi fue motivo más que suficiente para que la industria se esforzara en fabricar equipos domésticos y auriculares de alta calidad rentables y económicos para las audiencias.

Inmersos en la era analógica, los audiófilos de vinilos de los años cincuenta, sesenta y setenta, procuraron, en mayor o menor medida, ir al encuentro de una escucha de calidad. Que el audiófilo pudiera manipular o sustituir alguno de los componentes de un giradiscos, lo estimulaba a diseñar un equipo casero lo suficientemente respetuoso con la alta definición del sonido. Una alta definición que ganaba en frecuencias graves a medida que avanzaba la segunda mitad del siglo. Con la notable excepción de los radioyentes a transistores de los cincuenta, sesenta y

⁵⁶ *Vid.* Sterne, *The audible past*, pp. 215-286. Para Sterne, “la fidelidad del sonido es una historia que nos contamos a nosotros mismos” p. 219.

⁵⁷ El mismo Edison pudo comprobar de primera mano que la gente llegó a decantarse por el gramófono de Berliner, a pesar de que su fonógrafo, según él (y alguno más), obtenía mejores resultados. O como anuncia Greg Milner en *El sonido y la perfección*: “No es que considerasen que el disco [de Berliner] sonase mejor que el cilindro [de Edison]; simplemente, les traía sin cuidado”; *vid.* G. Milner, *La música y ...*, p. 48.

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ CHION, *El sonido...*, p. 174. Michel Chion propone el término “definición” puesto que «un sonido reproducido y grabado comprende innumerables diferencias con la verberación de origen, sobre todo a nivel de equilibrio espectral, del espacio, de la textura y de la dinámica (contrastes de intensidad que son por definición estrechados y ‘descrestados’ en las grabaciones)».

setenta, que seguían sufriendo el alto índice de agudos, a mediados del siglo XX daría comienzo una etapa en la que se dejaba atrás la vieja cultura del agudo proveniente de las radios, los discos de 78 r.p.m., la laca y los pequeños autoparlantes.

La construcción discursiva de una escucha de alta fidelidad contiene algo más que una simple idea sobre la calidad del sonido. De hecho, contiene varios sesgos de tipo generacional, sexual y clasista⁶⁰. Cynthia Cockburn identifica el desarrollo de estos sesgos en un proceso análogo al de la apropiación de los medios de producción por parte de la clase capitalista. Uno de los ejemplos más claros —según Cockburn— se halla al observar las diferencias entre aquellas tecnologías destinadas a la mujer («*White goods*», *such as refrigerators, washing machines and microwaves*) y las tecnologías destinadas al hombre («*brown goods*», *such as televisión, video recorders, and music system*). Mientras que los *white goods* se presentan fáciles en su manejo y con una clara utilidad doméstica, los *brown goods* son tecnologías complejas en su manejo e inteligentes, que exigen de un cierto aprendizaje previo. El contraste de colores entre estos electrodomésticos tiene una significación de género que tácitamente ha tendido a diferenciar y separar las funciones en el hogar: los primeros con funciones domésticas destinadas a la mujer y los segundos destinados al hombre con funciones de ociosidad o entretenimiento.

Detengámonos en este tema un momento. Por ejemplo, el uso de la fuerza que requiere determinada maquinaria o tecnología indica ya de por sí un sesgo que impide a las mujeres acceder a determinados puestos de trabajo. Si quien siempre ha diseñado las máquinas ha sido el hombre, también ha sido él quien ha decidido cómo y quién debía usarlas. Dice Cockburn que la fuerza y la capacidad corporal se construyen socialmente, pero se despliegan políticamente. Y que la masculinidad de la tecnología y el dominio de la maquinaria por parte de los hombres tiene que verse como un producto de la historia social más que de la biológica. Por eso la tecnología no es neutral⁶¹. Su propio diseño implica sesgos de clase y de género⁶². Por ejemplo, las mejoras del sonido a partir de la década de 1950 provenientes del microsurco y el disco de larga duración (*long play*) fueron rápidamente apropiadas por un grupo de oyentes de música clásica casi exclusivamente masculino, de raza blanca y perteneciente a la clase media. Consciente o inconscientemente estos grupos adoptaron ciertas habilidades críticas y discursivas, alimentadas por la crítica especializada de revistas dedicadas a la tecnología de audio. Usos

⁶⁰ Céase COCKBURN, CYNTHIA: “The material of male power” en MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999), pp. 177-198.

⁶¹ Véase COCKBURN, CYNTHIA: “Caught in the wheels: the high cost of being a female cog in the male machinery of engineering” en MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999), p. 126-133.

⁶² *Ibid.*, p. 194.

discursos que, a su vez provienen —tal vez forzando la analogía—, de algunos de los conceptos adornianos sobre la escucha estructural y su famosa tipología de oyentes⁶³. A mediados del siglo XX, en plena efervescencia del Hi-Fi, los años 20 y 30 fueron vistos como una especie regresión del sonido. Un retroceso que Adorno vinculaba a los sistemas de reproducción de masas pero que hacía extensible a la pérdida de determinados hábitos de conducta propios de la alta cultura como signo de cambio social⁶⁴.

El discurso en torno a la alta fidelidad se enriqueció gracias a la fundación de revistas especializadas en tecnología en los años cincuenta, como las estadounidenses *High Fidelity* (1951) y *Stereo Review* (1958) y ya en los sesenta la japonesa *Stereo Sound* (1966). La retórica de estas revistas giraba en torno a tres aspectos principales: por un lado, el aficionado era convertido ahora en una especie de “ingeniero” especializado en Hi-Fi y la tecnología del sonido; por otro, el reconocimiento al oyente pudiente de música clásica como el auténtico conocedor de la llamada música artística; y, en tercer lugar, la elaboración de un discurso en torno al “fan” de música jazz y la música popular dirigido a la flamante clase media. Estos discursos ampliaban la brecha existente entre los diferentes estratos sociales, privilegiando unos sobre otros a la vez que circunscribían las prácticas de escucha atentas y centradas, ya no tanto en la música en sí como se hacía antes, sino en la calidad de los soportes, los aparatos y sistemas de grabación, la ausencia de ruidos, y otros elementos de la tecnología de la música. Es decir, al tradicional discurso sobre la música grabada se le añadía ahora la retórica de la calidad del sonido en la tecnología musical. Se instó a los aficionados a familiarizarse con un lenguaje técnico sobre la alta fidelidad, la producción y el prensado de discos, las preferencias por los ajustes de grabación y mezcla, y otra serie de temas. Con ello no sólo se introdujo al aficionado al mundo de la tecnología del que ahora podía formar parte directa, sino a través de la compra de componentes y aparatos que alimentaban ese discurso, a la vez que surgían llamativos rituales en el manejo y la elaboración de una alta fidelidad doméstica. En definitiva, el Hi-Fi no dejó de ser más que el mero transmisor del discurso sobre la acústica de las salas de concierto a la acústica de los equipados salones de estar. Como veremos en el siguiente capítulo, dicho discurso se mantuvo vivo, al menos, hasta los albores de la era digital.

Desde la elección sobre la variedad de agujas hasta la ubicación del fonógrafo, pasando por la elección del repertorio y el control en la reproducción de la música, guiaron al oyente hacia

⁶³ Estudiar como caló el discurso de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt en los audiófilos sería un trabajo interesante para llevar a cabo.

⁶⁴ VOLMAR, AXEL: “Experiencing high fidelity. Sound reproduction and the politics of music listening in the twentieth century” en THORAU, *The Oxford Handbook ...*, pp. 395- 417.

nuevas prácticas y rituales desde los comienzos de la fonografía, y sobre todo desde la década de 1950. Este proceso de emancipación y de individualización de la escucha continuaría su curso acelerado en lo que restaba del siglo XX y lo que llevamos del XXI. La segunda mitad del siglo XX coincidió, no por casualidad, con el proceso de emancipación social de las clases más bajas durante el periodo de la construcción del Estado del bienestar.

La novedad que supuso la estereofonía en los equipos de alta fidelidad de los años cincuenta acabaría erigiendo un núcleo de escucha centrado en la calidad del sonido, y como consecuencia, un modelo de escucha atenta al que solo una minoría burguesa (llamada ahora clase media) tendría acceso dado el elevado coste de aquellos aparatos. Esto contradujo la manoseada idea de Adorno de que la tecnología echaría a perder su preferencia por el tipo de oyente ideal y atento que tan vehementemente defendió. El que una minoría burguesa valorase positivamente las cualidades sonoras de las mejoras tecnológicas en las décadas de 1950 y 1960, es una muestra de la continuidad en el concepto de escucha atenta. No debemos olvidar que esta es la misma clase media que fue la primera en adoptar los recién llegados sistemas de grabación y reproducción del sonido a finales del siglo XIX y comienzos del XX, dibujando así una especie de línea temporal de registro de la autoridad y la distinción social en torno a las tecnologías y los rituales de escucha asociados. Axel Volmar lo explica en los siguientes términos:

[...] su énfasis en la discriminación entre los modos de escucha apropiados y censurables subraya el fuerte significado de las concepciones normativas de la escucha musical dentro de la cultura musical burguesa. [...] Lo que intrínsecamente preocupaba a Adorno en relación con la música reproducida, y lo que había cristalizado de forma discursiva en los presuntos efectos negativos de las deficiencias técnicas en la práctica estética, parece ser el hecho de que la reproducción tecnológica, junto con las nuevas prácticas de escuchar música en el espacio reducido de sus hogares, permitía a los espectadores eludir la influencia y la vigilancia de los abanderados de la cultura musical pública [...] ⁶⁵.

En suma, quien siempre había tenido la capacidad para decidir qué era lo adecuado y qué lo reprobable, quien siempre dispuso lo que debía ser alta o baja cultura, quien siempre acordó qué música debía ocupar el panteón del canon y cual no, provenía exclusivamente del discurso

⁶⁵ *Ibid.*, p. 399. ([...] *his emphatic discrimination between proper and reprehensible listening modes underlines the strong significance of normative conceptions of music listening within bourgeois music culture [...] What intrinsically bothered Adorno about reproduced music, and what had been discursively crystallized in the presumably negative effects of technical deficiencies on aesthetic practice, seems to be the fact that technological reproduction, alongside new practices of listening to music in the confined space of their homes, enabled audiences to elude the guiding influence and surveillance of the standard-bearers of public music culture*).

de la clases medias-altas adineradas, mismas clases que en el confinamiento privado de su hogar escuchaban grabaciones fuera de la vigilancia de sus iguales; unos iguales que, por cierto, eran los encargados de vigilar y proteger las tradicionales prácticas culturales públicas y compartidas del siglo XIX⁶⁶.

La música grabada permitió escuchar la misma interpretación repetidas veces. La escucha repetitiva de un disco ayudaba a apreciar con cada nueva audición detalles y matices que en una única escucha en vivo pasarían por alto. Si la interpretación en vivo era una experiencia única e irrepetible, la música grabada permitía explorar los detalles más nimios de una misma interpretación registrada.

Progresivamente, el cada vez más dilatado catálogo de música grabada transformó lentamente al aficionado en un oyente omnívoro y democratizado, individualizado y atomizado. La escucha atenta nunca desapareció como efecto de las tecnologías fonográficas, pero sí que surgieron rituales de escucha insólitos que ofrecían una serie de experiencias nunca vividas y un acceso a artistas y estilos desconocidos hasta el momento para un público cada vez más amplio.

No siempre era la industria tecnológica la que definía los patrones de consumo, ni siquiera los cánones de la alta definición. Tanto la industria discográfica como las prácticas de los usuarios eran los que marcaban algunas las líneas de mercado. Por ejemplo, cuando el casete vino a desplazar en gran medida al LP en los años sesenta no lo hizo precisamente por su mejora en la calidad del sonido sino por sus cualidades para la grabación casera, su miniaturización y su fácil manejo y portabilidad. Más tarde, mientras que la industria apostaba por el CD como soporte que debía sustituir al LP, en realidad no se estaba dando cuenta de que no hacía otra cosa que abrir una autopista al mundo de la música digital y que, con el auge del MP3, incluso acabaría poniendo en peligro su propia existencia. El MP3 favoreció la descarga rápida y la miniaturización, la portabilidad y la consolidación de comunidades de intercambio de archivos en todo el globo⁶⁷. En definitiva, son los usuarios los que determinan los estándares de consumo independientemente de las ofertas procedentes de las diferentes industrias.

Cuando el MP3 irrumpió en la década de 1990 junto al uso extendido de auriculares baratos, el oyente tradicional, aquel oyente que había asumido definitivamente el discurso de la alta

⁶⁶ FABBRI, FRANCO: “La canzone”, en NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001), p. 568; Según Franco Fabbri, los totalitarismos del siglo XX arremetieron contra la banalización de las formas de entretenimiento populares, cortando progresivamente los lazos con los orígenes supuestamente bajos de la música que tildaron como vulgar. El peligro se consideró que estaba en los orígenes de procedencia negra africana que influyeron en buena parte del repertorio popular que se había extendido por todo el mundo.

⁶⁷ Vid. Trezise, Simon: “The record document: Interpretation and discography” en COOK, NICHOLAS, ERIC CLARKE, DANIEL LEECH-WILKINSON y JOHN RINK (eds.): *The Cambridge Companion to Recorded music* (Cambridge University Press, 2009), 186-209.

calidad, vio cómo quedaba desplazado su principal núcleo de interés. La industria también dejó de interesarse por el Hi-Fi pues la capacidad de crear copias digitales exactas caseras, la imposibilidad de mejoras a corto plazo y la compresión sin pérdida del PCM hasta doce veces gracias al MP3, desplazaron el discurso a la piratería, las descargas ilegales, internet, etc. El oyente cambió de intereses. Después de que las grabadoras de discos compactos y el intercambio de archivos permitieran a los oyentes obtener copias perfectas de las grabaciones musicales en la década de 1990, la industria electrónica comenzó a promover las ventajas que ofrecía el almacenamiento, la accesibilidad y la portabilidad en lugar de la calidad del sonido⁶⁸. El intercambio de ingentes archivos de MP3 circulando por multitud de redes de pares a lo largo de todo el planeta, provocó un nuevo ritual de escucha que muchos jóvenes adoptaron inmediatamente como propio de su cultura e identidad.

Como observa Wayne Marshall, a finales de la primera década del siglo XXI y con las nuevas posibilidades que ofrecía la alta fidelidad en una cultura democratizada, nos enfrentamos a la paradoja de que la gente empezaba a escuchar música a través de los diminutos altavoces de los teléfonos móviles en una vuelta a la «cultura de los agudos», que recuerda los días de la radio transistor de los años 50 y 60⁶⁹. Pero no se trataba de una pérdida en sí, sino de una especie de pacto. Un pacto con el que los jóvenes asimilaban que la escucha ideal se dirigía en el futuro a la ubicuidad, la instantaneidad y la accesibilidad que ofrecían los *smartphones* en detrimento del ritual de la escucha de calidad doméstico. Primero la excesiva compresión exigida por el MP3 y más tarde el teléfono móvil, socavarían las tradicionales ecualizaciones de graves, medios y agudos equilibrados y preecualizados en los equipos Hi-Fi. La cultura del agudo, que prácticamente había desaparecido en la década de 1960, volvió a recobrar vida en los noventa.

Así es como la segunda mitad del siglo XX representa una excepción al sonido de baja calidad de toda la historia fonográfica. Al menos, así lo entiende Wayne Marshall cuando explica que toda la historia del sonido grabado hasta el presente, especialmente en lo que concierne al oyente, es aquella en la que predomina la cultura del agudo (*treble culture*)⁷⁰. Más aún, incluso se considera que existió una búsqueda deliberada del sonido *low-fidelity* en los estudios de

⁶⁸ «Después de que las grabadoras de discos compactos y el intercambio de archivos permitieran a los oyentes obtener copias perfectas de grabaciones musicales en el decenio de 1990, la industria electrónica comenzó a promover aspectos como la capacidad de almacenamiento, la accesibilidad y la portabilidad en lugar de la calidad del sonido»; (Traducción propia), VOLMAR, AXEL: “Experiencing high fidelity” en THORAU, *The Oxford Handbook* ..., p. 410.

⁶⁹ MARSHAL, WAYNE: “Treble culture” en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), p. 44.

⁷⁰ Para una breve historia sobre el Hi-Fi véase MARSHAL, WAYNE: “Treble culture” en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), pp. 52-58.

grabación. Prueba de ello, es que en los noventa se dieron algunas prácticas de grabación con sonido de baja calidad a pesar de disponer de los medios digitales necesarios para hacer lo contrario. Bien se usaba un llamativo efecto concreto o bien como ensoñación y recuerdo nostálgico de una era analógica que cada vez quedaba más lejos⁷¹. Sirva como ejemplo el grupo Portishead que aplicó deliberadamente en esta década sonidos de baja calidad propios de los años cincuenta. Sus canciones incorporaron el sonido de fritura de vinilos y equalizaciones con muchos agudos, buscando la “fealdad” del pasado dentro de un movimiento retro que no necesariamente deseaba estimular el recuerdo agradable del pasado analógico, sino la ironía y el humor, o incluso una crítica a la cultura de aquellos años. Además, el vacío, el silencio o ausencia de ruidos de fondo de las grabaciones en los sistemas digitales fueron metaforizados por algunos críticos como una especie de vacío emocional de la era posmoderna⁷².

Este tipo de mediación tecnológica con la que se pretende hacer audible la transformación del sonido se llama mediación opaca. Se trata de grabaciones que buscan deliberadamente que se note la manipulación tecnológica en la que se han modificado los parámetros de lo que se considera natural y real. Se consigue manipulando y transformando determinados parámetros que “desnaturalizan” el sonido de los instrumentos y las voces. La mediación opaca está dirigida, precisamente, a la propia atención del oyente, a que se fije y preste atención a los efectos y las transformaciones sonoras. Prueba de que la mediación opaca ha triunfado en el mundo de la música popular continuando en la senda de la moda Lo-Fi es el uso del descarado Auto-Tune, un procesador de audio ideado para enmascarar ciertas deficiencias y desafinaciones en la voz pero que fue usado precisamente para desnaturalizarla, para mostrarla deliberadamente artificial y procesada. En el polo opuesto a la mediación opaca se encuentra el tipo de grabación o mediación transparente, cuya finalidad es ofrecer al oyente una grabación que intente imitar lo más certeramente posible lo que se supone es el sonido naturalizado de los instrumentos y las voces, haciéndose notar lo menos posible la existencia de esa mediación. El objetivo es que el oyente dirija su escucha a la música y no a los efectos ni al tratamiento del sonido en el estudio.

La primera fase de la digitalización de la música (1982-1995) no hizo más que preparar el terreno a la era *post-fidelity*. Fueron las posibilidades abiertas en la segunda fase (1995-2005),

⁷¹ BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: *Digital signatures: the impact of digitization on popular music sound* (The MIT Press, 2016), pp. 68-69.

⁷² Una plataforma lanzada en junio del 2017 llamada Primephonic, dedicada en exclusiva a la música clásica, representa una importante excepción a la cultura *low-fidelity* ya que sus archivos, aunque comprimidos a 24 bits, superan a cualquier otro formato existente en la red. La necesidad de ofrecer audios de calidad a los melómanos de música clásica está provocando que más plataformas estén ofreciendo sus servicios con niveles de calidad superior al de los discos compactos. Vid. APPLEYARD, BRYAN: “Can classical music ride the digital streaming?” en *The Times*, 24 noviembre 2019 <https://www.thetimes.co.uk/article/can-classical-music-ride-the-digital-streaming-951fvfm5w> [25 noviembre 2019].

con el desarrollo del MP3 y sus aplicaciones en la portabilidad del sonido, las que definitivamente consiguieron imponer un ritual de escucha de baja calidad⁷³. Ahora bien, el profesor Mark Katz cree que la pérdida en la definición y la calidad del sonido no debe ser tratada como un paso atrás en la evolución del sonido sino más bien debemos entender que la tecnología musical ha encontrado por fin su completa autonomía con respecto a la música en vivo. Aunque no lo especifique, Katz parece estar refiriéndose exclusivamente a la música popular ya que la estética de la grabación de la música clásica siempre ha intentado imitar las prácticas interpretativas de la música en vivo en las que el paradigma de la alta fidelidad del sonido no parece haber cambiado.

¿Cuál será el futuro de la escucha ritual de la calidad del sonido? Katz vaticina tres futuras posibilidades en la cultura Hi-Fi. Una en la que llegaremos a la definitiva desaparición del Hi-Fi. La segunda pronostica que todavía estamos en un periodo de transición en el que volveremos a apreciar la alta calidad del sonido como ya se hizo en la época analógica. Y, por último, la tercera corriente en la que la dicotomía entre fidelidad y conveniencia de escucha perderá su significado distintivo y opuesto: es decir, la tradicional disyuntiva hi-fi *versus* portabilidad-miniaturización-acceso se disipará definitivamente para encontrar un lugar común en la que las dos formas tengan cabida⁷⁴.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es que la conocida como generación del milenio (*millennials* o generación Y) se ha criado en lo que hemos definido como tercera fase tecnológica (1995-2005). Una fase en la que prevalece el acceso, la portabilidad y la ubicuidad por encima de otros parámetros de escucha. Esto nos conduce a pensar que los parámetros de las generaciones anteriores eran muy distintos a los modelos aurales de nuestros jóvenes. De Londres a Estocolmo, de Boston a Bamako, la cultura del agudo de los teléfonos móviles baña de agudos los diferentes paisajes sonoros urbanos. Los jóvenes practicantes de la «*treble culture*» invaden el planeta con sus teléfonos móviles en espacios públicos y privados, abandonan la alta calidad y el ritual de una escucha Hi-Fi⁷⁵.

El opuesto a la cultura de los agudos es la cultura de los graves o bajos que según Wayne Marshall podemos rastrear en la música reggae, el R&B, el rock (que luego migró al hip-hop) y otros géneros de música electrónica; incluso se integró en equipos de audio para coches, cines

⁷³ Para el término post-fidelity véase KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), p. 211-221.

⁷⁴ *Ibid.*, p. 219.

⁷⁵ MARSHAL, WAYNE: "Treble culture" en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), pp. 443-76.

y hogares⁷⁶. Sin embargo, las tendencias recientes de lo que Marshall llama «*treblification*» de la cultura del audio, discurre en paralelo a un proceso de «*bassification*» que tiene largo recorrido desde los cincuenta, incluyendo los actuales subwoofers en sistemas caseros y los auriculares que alcanzan rangos de hasta los 20kHz⁷⁷. El hecho de que la tecnología actual posibilite formas de audio completamente eficaces en todo el espectro sonoro, además de un sonido de altísima calidad es lo que llama la atención, ya que en este contexto ampliamente tecnologizado es cuando se ha impuesto la vuelta a la escucha de baja calidad⁷⁸. Lo que no es discutible es que la absoluta ubicuidad y la omnipresencia de la cultura del agudo se ha impuesto definitivamente entre los más jóvenes. Unos jóvenes, por cierto, nacidos en la cultura del consumo individualista y el acceso instantáneo a las experiencias⁷⁹. La portabilidad, la ubicuidad, la miniaturización y la accesibilidad parecen haber vencido a la fidelidad, se han impuesto a la calidad del sonido.

Hasta mediados de la década de 1990 existió un auténtico interés por difundir el sonido Hi-Fi en revistas como *Scherzo*, *Ritmo*, *Gramophone* o *Diapason*; más concretamente hasta la implantación definitiva del CD como soporte de masas. ¿Por qué las revistas sobre música clásica siempre han amparado el discurso de la alta definición? Ya desde los inicios de la fonografía, el gusto por el Hi-Fi adquirió un tinte de exclusividad, como hemos visto. Esta exclusividad adquirió mayor impacto sobre los oyentes de música clásica y desde la década de 1960 en los oyentes de rock and roll. Recordemos aquel anuncio de 1989 de Accuphase de un equipo Hi-Fi formado por «el mejor reproductor de CD del mundo» junto a un amplificador que costaban un millón de pesetas, «neto al contado»⁸⁰. O los CD bañados en oro de 24 quilates que «evitaban el sonido metálico del aluminio» de los discos irisados⁸¹. Pequeños nichos de oyentes que se

⁷⁶ El acceso a frecuencias bajas audibles en las grabaciones de música en su desarrollo relativamente reciente que requiere de un equipo potente. Esto se debe a dos causas físicas; nuestro oído necesita más volumen en las frecuencias bajas para igualarlas con las altas y; el altavoz para graves necesita de mucho mayor tamaño que el de agudos. No fue hasta el disco de doce pulgadas de los setenta usado por los DJs cuando se pudo aumentar el rango dinámico de los graves, gracias a que los surcos de estos discos eran más anchos que los anteriores; KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), pp. 53-54.

⁷⁷ «Es precisamente la coexistencia de estas tendencias paralelas lo que hace que la repentina (re)ascensión de las prácticas de escucha aguda sea tan sorprendente» [traducción propia]; Marshal, Wayne: “Treble culture” en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), p. 44.

⁷⁸ Otro discurso, y que escapa a nuestros objetivos, se centra en la consideración de si estos sonidos agudos se convierten en ruidos o en si terminan construyendo nuevas formas de cultura e identidad. Lo más sensato es pensar que las dos cosas sean posibles dependiendo del enfoque que se le quiera dar. Podría resultar interesante observar si determinados lenguajes implican soluciones excluyentes en torno a la clase social, la raza, el género o la edad.

⁷⁹ MARSHAL, WAYNE: “Treble culture” en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), p. 46.

⁸⁰ *Ritmo*, 1989, n.º. 602, septiembre, p. 36.

⁸¹ *Ritmo*, 1988, n.º. 592, octubre, pp. 39-40.

han preocupado a lo largo de la historia por mantener un ritual aural de cierta calidad, pero no menos por mantener un ritual de la ostentación que giran en torno él.

Como indican Jonathan Sterne y Wayne Marshall, la historia de la reproducción del sonido del siglo XX no es una historia de la alta fidelidad como podría sugerir la lectura de la hemerografía internacional⁸². Cada época tiene su concepto de fidelidad “perfecta”, cuyo discurso viene impuesto por un comercio tecnológico capaz de reinventar el pasado ofreciendo productos mejorados y aproximándose a un concepto que roza lo ontológico acerca de la alta fidelidad. La supuesta perfección del sonido gira culturalmente alrededor de los desarrollos tecnológicos, y casi siempre entendido como un principio mercantilizador. El discurso de la alta fidelidad vende, pero ya hemos visto a quién va dirigido.

El ritual de escucha ha venido marcado históricamente por la tecnología, la cultura y la historia. La tecnología produce aparatos en base a las capacidades, descubrimientos, inventos y desarrollos de cada periodo histórico. La industria tecnológica, a su vez, intenta delimitar nuevas estéticas aurales, nuevas formas de percepción. Las posiciones estéticas adoptadas y los rituales asociados vienen así determinadas históricamente por cada desarrollo tecnológico y las posiciones que toman los fabricantes y los consumidores al mismo tiempo, sin olvidar los usos individuales y sociales que se hace de la tecnología.

Pongamos algunos ejemplos. La radio AM tenía una baja señal y una calidad bastante deficiente comparada con los parámetros sonoros de otros sistemas de reproducción del sonido coetáneos. Los fabricantes de radio tuvieron esto en cuenta y los altavoces de las radios fueron diseñados a tal efecto, abaratando los costes y favoreciendo así la escucha de baja calidad. Incluso se compusieron y grabaron músicas destinadas exclusivamente a la escucha de radio AM. En los estudios de grabación la mayoría de los soportes estaban destinados mayoritariamente a la escucha por radio y no a la venta directa. Por ello se adoptaban decisiones en cuanto a la calidad del sonido en función del destino y las prácticas aurales. Entonces, la cadena de transmisión, desde la propia grabación hasta la reproducción final del sonido, está mediada por múltiples canales, todos los cuales pueden producir efectos sobre el sonido, y en consecuencia sobre los modos de escucha⁸³. El *streaming*, por moderno que pueda parecer, no escapó en sus inicios a las limitaciones de estos canales de transmisión, utilizando formatos atenuados y comprimidos (hoy existen numerosas plataformas con calidades de audio superiores al CD).

⁸² MARSHAL, WAYNE: “Treble culture” en GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), p. 52.

⁸³ *Ibid.*, p. 55.

Los mismos discursos sobre la fidelidad de las grabaciones ya se dieron en los años treinta del siglo XX, y, aunque ahora nos parezcan aquellas viejas grabaciones lejanas a los estándares de calidad modernos, la finalidad siempre fue la misma, reflejar lo más fidedignamente posible los sonidos de la música provenientes de la música en vivo, de la música *in situ* de las salas de conciertos y los teatros de ópera⁸⁴. Luego, la percepción que tenemos de la escucha cambia cada vez que nos nutrimos de fuentes de sonido y acceso; la percepción es, entonces, el resultado de construcciones discursivas en torno a todo el aparato social y cultural que envuelve la música.

Presuponer que la música debe escucharse con alta calidad, esconde en realidad algunas asunciones comunes que se han aceptado a lo largo de toda la historia de la grabación. La primera de estas asunciones ha sido pensar que una mayor definición es lo mismo que un mayor acercamiento a lo real, a lo verosímil. La segunda, que el aumento en la definición mejora necesariamente la experiencia final de escucha del usuario. Y, por último, que el aumento en el ancho de banda o en la capacidad de almacenamiento genera necesariamente una mayor definición⁸⁵. El discurso sobre la mejora de la calidad y definición de cada soporte o formato se basa en estos tres principios. Principios que han cubierto con tinta ingentes páginas de la hemo-grafía internacional, ya se trate para escribir sobre la Victrola, el microsurco o el disco compacto. Páginas que han hecho arraigar la idea sobre lo que debe o lo que no debe ser la escucha de alta calidad.

No podemos olvidar que la alta definición siempre ha estado acompañada de una búsqueda de nuevos canales, nuevos medios de comunicación y transmisión, a la eficiencia y la economía de estos canales, a la vez que a la facilidad de acceso, la miniaturización y la movilidad. Los cambios en estas prácticas, que traen nuevos formatos y sistemas de sonido, también acarrearán cambios en las formas de escucha. La compresión del sonido, los niveles de distorsión, las culturas del grave y del agudo, el sonido digital, el sintetizado, etc., son el resultado de aplicaciones tecnológicas cuyo germen puede restituir prácticas y rituales auditivos, siempre con el amparo publicitario, mercadotécnico y comercial que requieren. Es decir, la noción de lo que hoy entendemos por calidad del sonido es consecuencia de una construcción discursiva vinculada al mundo, en parte, de la tecnología.

Y aunque la retórica más conservadora de la crítica se haya centrado en la cantidad de tecnología usada en las grabaciones como una especie de relación espuria entre lo real y lo simulado, la mirada debería dirigirse, al menos a mi juicio, a cómo y en qué medida son percibidas por los oyentes. Hay muchas grabaciones que contienen un alto grado de manipulación y

⁸⁴ CHION, *El sonido...*, p. 175.

⁸⁵ *Vid.* STERNE, JONATHAN: *MP3 the meaning of a format* (United States, Duke University Press, 2012), p. 4.

transformación con respecto al sonido considerado “original” buscando que el oyente no lo note para ofrecerle un entorno natural simulado⁸⁶. Lo que se busca en ello es el tipo de mediación transparente que ya hemos visto. Por el contrario, puede haber grabaciones con pocos cambios o ajustes con respecto a las muestras tomadas, pero que buscan precisamente que el oído perciba esa mediación, concibiéndolos como sonidos manipulados de manera deliberada para ser escuchados; es la llamada mediación opaca⁸⁷. Luego, los procesos que intervienen en la grabación, la producción y la posproducción son más o menos audibles dependiendo de la respuesta que se espera del oyente.

El modelo que cada etapa entiende como natural transforma los modos de escucha previos cambiando sus paradigmas de percepción, con la necesidad de que hay que dar un tiempo para asimilarlos, sobre todo para aquellas generaciones que conviven en la transición de uno a otro paradigma. La mediación tecnológica se hizo cada vez más transparente, en el sentido de que, perceptualmente, ha tendido a pasar desapercibida para el oyente; esto es lo que sostienen Brøvig-Hannsen, Ragnhild y Anne Danielsen en su libro *Digital signatures*⁸⁸.

Cuando la música es criticada por ser inauténtica al alejarse del modelo “natural” y porque depende demasiado de la manipulación tecnológica, en realidad no se está atacando al uso de la tecnología sino a la estética que desea privilegiar su nivel de mediación opaca por encima de la mediación transparente. Ello se debe a que la escucha está en constante proceso de cambio y aprendizaje y se ve afectada por los usos tecnológicos, la cultura y la historia del sonido, así como por las modas y el desarrollo científico. Nuestra capacidad de adaptación a los nuevos sonidos y las técnicas y fuentes de sonido no es tan rápida como desearíamos. Casi siempre se da un primer periodo de rechazo a las implementaciones tecnológicas, no por la tecnología en sí misma, sino porque propone una nueva estética del sonido que sustituye a la estética comúnmente aceptada y ya instaurada. En este sentido, las posturas más progresistas han provenido del mundo de la música popular. En lo que a la música clásica se refiere podríamos decir que todavía seguimos oyendo con oídos del siglo XIX, ya que cualquier grabación clásica desea ofrecer un modelo de escucha transparente en la que lo considera “correcto” y natural, es decir, que no se note la mano de la producción.

⁸⁶ Ya hemos dicho que el oyente escucha como natural aquello que más se aproxima a lo que puede oírse en la música en vivo.

⁸⁷ Vid. BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: “Digital signatures and opaque meditation” en *Digital signatures: the impact of digitization on popular music sound* (The MIT Press, 2016), pp. 5-8.

⁸⁸ BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: *Digital signatures: the impact of digitization on popular music sound* (The MIT Press, 2016), p. 7; [Therefore, the technological meditation grew increasingly transparent, in the sense that, perceptually, it passed by the listener unnoticed].

Las decisiones en cuanto al uso de parámetros de calidad son construcciones ideológicas subsidiadas por la tecnología. Cada nuevo sonido requiere de cierto tiempo de adaptación y asimilación dentro del ideario sonoro y cultural. Tenemos que asumir, por tanto, que nuestras limitaciones en la escucha, así como en los rituales y las conductas, nos vienen dados por el peso de nuestra historia, la cultura, nuestras limitaciones y nuestros desarrollos tecnológicos, pero también por la disposición a adaptarnos y la capacidad que tengamos de asimilar y adoptar nuevas propuestas estéticas del sonido y de escucha que vayan apareciendo.

5. LA ESCUCHA DE MÚSICA EN LA ERA DIGITAL. ESCUCHA INDIVIDUAL Y UBICUA.

*Desconocer que una tecnología viene bien equipada
con un programa de cambio social,
insistir en que una tecnología es neutral,
asumir que una tecnología es siempre amiga de la cultura es,
en este momento, una insensatez pura y simple.*
(Neil Postman)¹

5.1. LA ESCUCHA INDIVIDUAL

La evolución de la perspectiva histórica de los comportamientos relacionados con la individualidad es abordada por el matrimonio Beck-Gernsheim, junto con el análisis social y estructural de las comunidades culturales y políticas². También aportan algunos datos desde una perspectiva antropológica. El carácter teológico y la economía patriarcal de la Antigüedad, el cosmopolitismo en Roma y el ascenso del cristianismo, el nacimiento del Humanismo, la Ilustración, la industrialización y la conciencia psicológica del mundo existencialista y postmoderno, difieren en sus conceptos de autonomía, individualidad y empatía a lo largo de la historia. Cada época cultural y política ha tratado a sus ciudadanos de manera diferente. En general podemos observar que el sentido de *communitas* ha tendido a disolverse con el tiempo y a ser desplazado por un significado arraigado en la individualidad, entendida ésta como parte de un amplio proceso social vinculado a comportamientos hedonistas. Desde la modernidad hasta el presente, se ha experimentado un aumento de la autoconciencia del individuo como ser único que forma parte de un conjunto de individuos y reglas sociales, que participa de un amplio círculo social desempeñando unos fines y objetivos concretos³.

La individualidad, señala la RAE, es la cualidad particular de alguien o algo, por la cual se da a conocer o se señala singularmente. En sociología, el concepto “individualización” ha tendido a asociarse a la autonomía del sujeto expresado en valores, creencias y prescripciones normativas que defienden y exaltan la libertad, el respeto y la responsabilidad cívica. Ya en la posmodernidad el individualismo se caracterizará por la autonomía respecto de las instituciones y la liberación de ciertas responsabilidades: «la objetividad del individualismo de la simple modernidad es sustituida por la intencionalidad de conocimiento en la segunda modernidad»⁴.

¹ POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985]), pp. 131-132.

² Vid. BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. (Barcelona, Paidós, 2016, 2002).

³ *Ibid.*, p. 12.

⁴ ZABLUDOVSKY KUPER, GINA: “El concepto de individualización en la sociología clásica y contemporánea” en *Scielo*, Política y cultura, nº 39, México, abril, 2003.

El individualismo posmoderno no responde a un proceso lineal, y retira al individuo de las instituciones consideradas por el Estado del bienestar (el Estado, la clase, la familia nuclear, el grupo étnico). El marco teórico que hemos empleado para el análisis de la individualización en la escucha de música comprende una ínfima parte del análisis social, económico, tecnológico, histórico y cultural de los últimos cuarenta años, pero lo suficientemente relevante para bocetar sus características. Es, por lo tanto, la individualización en la posmodernidad en la que nos vamos a centrar para entender los procesos de aislamiento de escucha desde aproximadamente 1980.

El ya citado Peter Szendy considera que hubo un cambio de paradigma de la escucha en torno a 1830, con un proceso previo de formación desde finales del siglo XVIII que daría lugar a la escucha interior y subjetivada que hoy practicamos. Pero creo que se trata de una escucha que a pesar de someterse a lo subjetivo es susceptible de objetivarse. Una vez trazado un breve recorrido histórico de la escucha, Peter Szendy acaba su libro *Escucha. Una historia del oído melómano* con el siguiente párrafo a modo de epítome: «No somos, pues, una comunidad de oyentes a la escucha de un mismo objeto que podría reunirnos, como este pueblo de oídos mudos con el que parecía soñar el señor Wagner. [...] No escuchamos *como un solo cuerpo*: somos *dos* y (en consecuencia) siempre uno más»⁵. La principal preocupación de Szendy se centra en intentar entender la escucha del “otro” —lo que él llama escuchar escuchar— a través del arreglo musical. Considera que la mejor manera de hacer escuchar a los demás la propia escucha de una obra es a través del arreglo de esa obra, que no es más que la visión personal que se tiene de ella. Una escucha subjetivada a través de la reinterpretación de una obra.

Para entender lo que se propone Szendy traemos aquí su propio ejemplo. Cuando alguien se mira en un espejo y nosotros podemos verlo, nosotros estamos viendo mirar, o mirar mirando. Pero esto resulta imposible cuando alguien está escuchando música; no sabemos escuchar la escucha de otro. Porque la escucha es un proceso profundamente íntimo, asevera Szendy. Para entender cómo escucha otra persona, no hay más remedio que acudir al arreglo de una obra entendido este como un proceso en el que el arreglista nos muestra *cómo* escucha *él* la obra para entregárnosla en forma de arreglo⁶.

Sin embargo, Szendy comete a mi juicio un error de enfoque con este ejemplo. Si alguien se mira al espejo en la intimidad no hay nadie que lo pueda ver, por lo que el propio mirar se convierte en un acto íntimo; no existe en este caso el mirar mirar o el ver ver al que alude Szendy. Más aún, si alguien escucha música (que no sea con auriculares) en presencia de otros,

⁵ SZENDY, *Escucha...*, p. 172. [La cursiva es suya].

⁶ Las cursivas son mías.

la escucha deja de ser individual para ser compartida —al menos en el espacio aéreo— a pesar de que cada uno pueda disponer de su propio modo de escucha. Este escuchar individual, el sentido que cada uno confiere a la escucha es lo que a Szendy le gustaría que fuésemos capaces de compartir con los demás. Mostrar a los demás la escucha interior mediante el arreglo de una obra limita exponencialmente las posibilidades porque sólo podríamos escuchar a alguien que sepa arreglar y que lo haga, además, lo suficientemente bien como para transmitirnos la propia idea de la obra que ha arreglado. Más aún, sólo podríamos escuchar a alguien escuchar si el oyente tiene las suficientes habilidades y formación en composición, armonía y otros conceptos teóricos, como para percibir las diferencias y similitudes entre el original y el arreglo. Además, lo que terminamos escuchando con el arreglo es un nuevo objeto en sí mismo. Una cosa es la obra, y otra, su arreglo.

El problema que tiene escuchar a alguien escuchar ofrece una muy difícil solución porque la escucha es tal vez uno de los actos más íntimos que el ser humano realiza a través de los sentidos. Se trata de un acto individual, como el respirar. Para añadir mayor complejidad, con la aparición de la grabación de música —la conservación de la representación musical que diría Attali—, «cada espectador tiene con ella una relación solitaria con un objeto-música: el consumo de música se vuelve individual»⁷. Individual por la capacidad de reproducir el soporte sonoro tantas veces como se quiera alejando al individuo de la interpretación en vivo, pero también de los demás⁸. Se vuelve individual porque la escucha ya no es necesariamente compartida. Ahora bien, esto no quiere decir que la escucha grupal sea compartida, puesto que la sala de conciertos tan sólo implica una reunión física y temporal, y en ningún caso una conjunción emocional ni intelectual. Bajo esta premisa, y en lo que a la escucha compartida se refiere, se podría afirmar que existen tantas formas de escucha como oyentes comparten el mismo espacio físico.

Desde que surge la grabación de música a finales del siglo XIX, y sobre todo desde la década de 1920, merced a la producción y consumo de masas ante la llegada de la radio, la escucha estética y atenta heredada del siglo XIX experimentaría una crisis de legitimidad. Se invirtieron considerables esfuerzos por conseguir que la escucha de la radio fuera incorporada al panteón de la escucha artística, sobre todo porque había que evitar a toda costa la trivialización de la música popular en la década de 1930, so pena de fracaso comercial para la industria del disco⁹.

⁷ ATTALI, JACQUES: *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música* (Valencia, Iberia de Ediciones y Publicaciones, 1977), p. 64 y ss.

⁸ Inferir un aura a la música en vivo no deja de ser un constructo ideológico propio de razonamientos burgueses del XIX. *Vid.* Capítulo 4.1. La construcción de la escucha atenta.

⁹ THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 15.

Sería necesario preservar el aura, pero esto no evitaría finalmente que la escucha de música grabada alejase al oyente de la ideología político-cultural burguesa y su acto de escucha social. Así, la escucha individual se expandió como forma de psicologización del individuo tanto en cuanto a la autonomía cultural y la emancipación del consumo. Escuchar música ya no tendría que estar obligatoriamente vinculada a la autoproducción en el hogar burgués ni a la sala de conciertos ni al teatro de ópera ni a la producción y el control de unas élites.

El aumento progresivo de la escucha individual está asociado a la fabricación de aparatos de reproducción domésticos que generaron importantes diferencias entre lo que se escuchaba en vivo y lo que se escuchaba en diferido, con la consiguiente pérdida de la corporeización entre el oyente y el intérprete, y la disolución de algunas prácticas sociales y rituales vinculadas a la escucha. Los contextos íntimos de escucha durante el siglo XIX ya han sido analizados en un capítulo anterior. Ahora debemos añadir la reproducción mecánica en masa, que consiguió aislar relativamente al individuo de su pequeño mundo burgués sin la necesidad de salir de casa y sin la observancia de sus iguales de clase. Ver y dejarse ver dejaron de ser progresivamente actividades necesarias para el mantenimiento del estatus durante las dos primeras décadas del siglo XX. Aunque el precio de los discos y gramófonos bajasen bruscamente entre 1903 y 1906, la compra de fonógrafos y gramófonos hasta 1920 casi siempre había estado liderada por la burguesía pudiente¹⁰. Los motivos eran eminentemente económicos puesto que el precio de los discos y los gramófonos no estaban al alcance de la mayor parte de la población. Por el contrario, desde 1920, y gracias sobre todo a la radio, la escucha de música se liberó de los grilletes de clase comenzando un proceso democratizador de acceso a los bienes de consumo culturales.

Desde la Antigüedad hasta finales del siglo XIX, pasando por la rígida moralidad del medioevo, la individualidad tuvo un «sentido denigratorio» que había que combatir, pero que sin embargo persistiría en las ciencias y en el mundo burgués¹¹. Dentro de este ambiente denigratorio, hasta la década de 1920 del pasado siglo, las conductas individualistas de escucha de música grabada siempre fueron consideradas aberrantes o incluso pecaminosas si se llevaban a cabo dentro del ámbito doméstico. Por decirlo de otra manera, escuchar un cilindro o un disco en privado era un síntoma de locura o de inestabilidad psicológica.

¹⁰ Véase BIJSTERVELD, *Mechanical sound...*, p. 168-170.

¹¹ BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: “Vivir la propia vida en un mundo desbocado. Individualización, globalización y política” en *El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas* (Barcelona, Paidós, 2016, [2002]), pp. 69-80. Como indica Beck: «No deja de ser interesante que dicha reevaluación de la individualidad tuviera éxito porque precisamente eso que había sido durante varios siglos la razón de su poco valor ahora se convertía en la razón de su elevado valor; a saber, que lo individual no podía derivar de lo general», p. 77.

La inercia impulsada por el fordismo primero, y más tarde el taylorismo, fue (y sigue siendo) la de vender la mayor cantidad posible de productos a precios bajos, lo que conduce inevitablemente a la producción y el consumo en y para las masas, pero también algo que dificulta la capacidad de competir para las pequeñas empresas. Durante las dos primeras décadas del siglo XX el núcleo de personas que pudieron adquirir fonógrafos y gramófonos se ampliaría progresiva y considerablemente. Pero como la burguesía nunca ha estado dispuesta a abandonar su estatus, pronto surgieron productos dirigidos exclusivamente a ellos: como la Victrola de la Victor Talking Machine Company, un gramófono armado sobre un lujoso mueble con un aspecto de mobiliario decorativo y con carácter distintivo.

Así es como los primeros sistemas de reproducción de música grabada estuvieron destinados a «dominios pequeños de la vida de la clase media»¹². Más en concreto, las primeras grabaciones tendrían como principal destinataria a la mujer blanca estadounidense de clase media descendiente de la burguesía victoriana. También las tecnologías de la comunicación, como el teléfono, tendrían mayor aceptación en el ámbito femenino desde comienzos de siglo. Y no se trataba solo de diferencias económicas sino sociales. Jeremy Rifkin lo explica de esta manera:

Los nuevos y complejos medios de comunicación y energía de las revoluciones industriales derrumbaron los muros patriarcales y liberaron a la mujer tras muchos siglos de servidumbre y esclavitud. La imprenta y, sobre todo, la novela romántica, permitieron que las mujeres colocaran un espejo ante sus relaciones y ante sí mismas, empezando así el arduo proceso de descubrir su individualidad. Al mismo tiempo, el teléfono ofreció un nuevo medio de comunicación que permitió a millones de mujeres traspasar los límites de su hogar y contarse su vida a través de los cables, creando una red nueva y poderosa con la que explotar los intereses de su sexo [...] Antes de la imprenta, el teléfono y la alfabetización masiva, la capacidad de las mujeres para pensar por su cuenta y unirse en solidaridad más allá del estrecho ámbito de las conversaciones aparte con otras mujeres de la familia extendida, era limitada¹³.

El cine, la radio y más tarde la televisión también ofrecerían algunos (pocos) mecanismos que darían a las mujeres (primero estadounidenses y más tarde europeas) los medios necesarios para explotar su identidad, ensanchar su espacio y sus horizontes, y hallar las raíces de una feminidad alejada del patriarcado de más de 5.000 años de sometimiento, servidumbre y

¹² STERNE, *The audible past...*, p. 138.

¹³ RIFKIN, JEREMY: *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis* (Barcelona, Paidós, 2018, [2009]), p. 59.

esclavitud¹⁴. La educación pública, la alfabetización masiva, el automóvil (sobre todo el Ford-T), la electrificación de los hogares, la inserción de algunas mujeres en la producción fabril y la tímida llegada de la mujer a cargos directivos de unas pocas empresas, liberaron en parte el rol tradicional de la mujer. Una mujer que sería llamada “*flapper*” por el escritor F. Scott Fitzgerald para referirse en los años veinte a una nueva joven, independiente y desafiante al dominio masculino. Las *flappers* se caracterizaban por escuchar y bailar jazz, llevar el pelo corto (llamado *bob cut*), maquillarse, fumar, beber licores fuertes y conducir a gran velocidad.

Las nuevas técnicas auditivas generadas por los aparatos de reproducción (fonógrafo, gramófono y radio) fueron la excusa perfecta para las reuniones familiares y con amigos, así como para el refuerzo de una personalización de la escucha en el hogar a partir de la década de 1920. De esta manera «la construcción de un espacio acústico privado e individual» fue especialmente importante para la mercantilización de las nuevas tecnologías de reproducción y para la creación de un oligopolio discográfico capaz de controlar toda la producción y distribución de música mundial¹⁵. La construcción de la escucha individualizada de la música grabada daba así sus primeros pasos en una carrera absolutamente creciente por la subjetivación psicologizada y la progresiva personalización de los contenidos. Actitudes de escucha que acabarían implantándose y acentuándose paulatinamente a lo largo de todo el siglo XX y lo que llevamos del XXI.

Jonathan Sterne propone la tesis de que la escucha individual proviene de la escucha burguesa romántica y mística del siglo XIX, que se prolongó a través de las primeras formas de reproducción técnica a principios del siglo XX. Por su parte Richard Leppert advierte en *The sight of sound* que la escucha en espacios abiertos en el siglo XIX pareció estar destinada exclusivamente a artesanos y campesinos, tal y como se desprende del análisis de algunas de las pinturas por él estudiadas, con lo que encerrar la música entre cuatro paredes suponía un acto de dominio¹⁶. Christopher Small subraya en *Musicking* que los espacios cerrados del siglo XIX son el producto de una pujante burguesía empeñada en legitimar su estatus para ponerle límites y líneas de cierre a las clases sociales. Como sugieren los tres autores, y como hemos demostrado en la breve historia de la escucha atenta en un capítulo anterior, queda demostrado que nuestros modos de escucha actuales provienen de la estética del siglo XIX.

¹⁴ El invento de la Monotype en 1896 daría la posibilidad a la mujer de entrar en el mundo de la edición y la impresión, campo reservado desde el siglo XV al hombre. A diferencia de la Lynotpe, la Monotype dividía las tareas del teclado (en la que sí podía participar la mujer) y la fundición en dos máquinas diferentes. Véase Cockburn, Cynthia: “The material of male power” en MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999), pp. 177-109.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Citado en STERNE, *The audible past...*, p. 160.

Como una especie de legado decimonónico, las técnicas de escucha de las primeras décadas del siglo XX estuvieron marcadas por la racionalidad y el ensimismamiento. Sin abandonar el marcado carácter místico de la escucha del siglo XIX, una vez los aparatos de reproducción comenzaron a masificarse a partir de la década de 1920, aquella escucha burguesa empezaría a ceder terreno tímidamente en favor de una escucha más democrática, más popular y abierta, en la que definitivamente «el oyente individualizado se antepone a la experiencia colectiva»¹⁷. Sin duda alguna fue la radio el epicentro de reunión de la familia y los amigos en los hogares, salones y cafés mediante un tipo de escucha colectiva, aunque ciertamente reducida si la comparamos con las grandes salas y teatros. No sólo las clases más bajas comenzaron a tener acceso progresivamente a los medios de información y la música a través de la radio desde la década de 1920, sino que las familias de clase media estadounidense, sin abandonar su estatus, comenzaron a participar de la nueva cultura de masas¹⁸. Este hecho es importante ya que tal vez sea la primera vez en la historia que las clases privilegiadas asumen abiertamente el disfrute de los pequeños placeres de las clases menos favorecidas.

Los rituales surgidos de la escucha de finales del siglo XVIII, la del concierto burgués que configuró aquella escucha estetizada, místico-religiosa y atenta, colectiva físicamente, pero individualizada en la butaca, también se convirtió en un acto de socialización necesariamente compartido. En muchos casos la música estaba considerada más como una excusa para la actividad social que una actividad propiamente centrada en la escucha de música. La escucha formal y seria quedaba relegada a entornos familiares alrededor del piano y pequeños grupos de cámara, y no completamente, como ya hemos visto. La música fue la excusa perfecta en muchas ocasiones para la reunión social, el juego, los negocios, las prácticas amorosas o simplemente ver y dejarse ver. Aunque desde la estética literaria romántica se prefiriese describir un tipo de oyente ensimismado, atento, introvertido o místico, lo habitual fue encontrarse a un oyente pasivo que conforme avanzaba el siglo XIX cumpliría con las convenciones sociales exigidas. Durante las dos primeras décadas del siglo XX, al ya educado oyente atento se le exigiría en la música grabada la misma actitud aprehendida que en la sala de conciertos.

El repertorio escuchado individualmente también condiciona la actitud. En la tranquilidad del hogar parece diferente enfrentarse a un repertorio para piano solista que a un cuarteto de cuerda, una sinfonía o una ópera. Una idea que no es más que el resultado de nuestro contexto cultural y la construcción idealizada de nuestra realidad musical occidental. Las ideas que tenemos de las obras y los gustos se construyen y se determinan socialmente, unas ideas que a

¹⁷ *Ibid.* p. 161.

¹⁸ STERNE, *The audible past...*, p. 209.

priori se distancian de la autonomía de la música y las obras pero que ayudan a entender por qué algunos repertorios se prestan más a la intimidad y a la proximidad entre el intérprete y el oyente. Las músicas de cámara o de pequeñas formaciones del siglo XIX fueron ideadas para pequeños grupos de oyentes en los que el intérprete mostraba su faceta más cercana y alejada del púlpito del escenario. Esta íntima relación música-oyente es la que a comienzos del siglo XX se impuso en la escucha individual de una grabación de una gran sinfonía o una ópera como una especie de relación forzada o irreal. Además, las grabaciones en sus comienzos no obtenían buenos resultados para grupos de gran tamaño dados los malos resultados de reproducción del sonido. Si la sinfonía, el concierto y la ópera siempre fueron actos de socialización, escuchar grabaciones de estos géneros en el ámbito doméstico resultaba ser un tipo de escucha un tanto violenta y ficticia.

A pesar de esto, lo que está claro es que, con la grabación de la música en soporte, el vínculo música-sociedad, aunque no dejaría de responder a las funciones tradicionales de socialización, sí crearía un nuevo espacio de escucha individual totalmente subjetivado y alejado de las miradas indiscretas. La red de encuentros y sociabilidad de la música en vivo cedería algo de terreno en favor de «una formidable accesibilidad a un almacenamiento individualizado de música»¹⁹. Dicho de otro modo, una parte de la tradicional interacción física entre el público y el intérprete se resquebrajaría en parte con el nacimiento de la fonografía. Las tradicionales relaciones espaciotemporales se disolverían y el acceso a la cultura musical comenzaría a fluir, primero entre las clases medias y a partir de 1920 entre las clases más bajas.

Escritores, ensayistas y filósofos pronto advirtieron de los cambios que empezaban a producirse a comienzos de siglo. En algunos casos llegaron a anticipar la tremenda ubicuidad, la implacable inmediatez y la admirada accesibilidad a la que parecía estar destinada la música grabada ya desde sus inicios. Son el caso de Walter Benjamin y Paul Valéry. Este último promulgaba un escalofriante vaticinio que bien podría ser trasladado a nuestra contemporaneidad en el consumo de música digital: «Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo», afirmaba Valéry en 1928²⁰. Si formidable les pareció a Benjamin y Valéry las posibilidades abiertas al mundo accesible de la cultura audiovisual en los mismos comienzos de la fonografía, ¿qué hubieran pensado de la actual era de internet de nuestras sociedades actuales?

¹⁹ ATTALI, *Ruidos...*p. 64.

²⁰ VALÉRY, PAUL: *Piezas sobre arte* (Madrid, La Balsa de la Medusa, 2005, [1960]), pp. 131-133.

La construcción de espacios privados de escucha tuvo mucho que ver con los inventos de reproducción del sonido de finales del XIX y principios del XX. Estos espacios permitieron a su vez que el sonido y la música grabada pasaran a ser una mercancía de consumo y de intercambio²¹. Ambos modelos, la escucha privada y la grupal, convivieron durante las primeras décadas del siglo XX, pues hay que recordar que la escucha en grupo o social no estuvo destinada exclusivamente a la música en las salas de concierto y los teatros de ópera. Cafés, salones privados y el estimulante *music hall* de finales del XIX introdujeron las más conocidas melodías de la música clásica mezcladas con la música popular de moda de aquella época.

No todos los aparatos de reproducción del sonido estuvieron destinados a la escucha individual. Existieron fonógrafos y gramófonos con múltiples salidas de auriculares para una escucha compartida y simultánea. Una misma música escuchada individualmente y en grupo al mismo tiempo. (Véase Imagen 14). Un tipo de experiencia que igualaba la calidad de la escucha y que sólo fue posible gracias a la música grabada y las tecnologías de reproducción experimentales de la época. Y digo que igualaba la experiencia porque, por el contrario, los teatros siempre tuvieron distintas calidades y sonoridades en función de la ubicación del oyente y de la acústica de la sala.

En cuanto a la escucha colectiva del concierto no dejaría de ser importante para la cultura de las sociedades modernas, solo que ahora tendría que compartir necesariamente el espacio comercial con la escucha individual. No es casual que la mayor parte de la música actual que suena en el mundo lo haga a través de auriculares y altavoces. En un mundo lleno de ruidos, la música colectiva ya no se comparte exclusivamente en entornos como el teatro, el auditorio, la ópera o las salas de cámara. Aunque se trate de una música ambiental, la escucha compartida ha conquistado espacios nunca imaginados. Estos espacios se han convertido en lugares donde la música dibuja ambientes e identidades, donde la música anima al consumo o la charla, donde relaja o excita, creando una gama casi infinita de paisajes sonoros. Una «música de mobiliario» —como la llamó Erik Satie— que no suele ser percibida con atención. Tampoco por el oyente circunstancial posmoderno. Un oyente pasivo, obligado a escuchar en espacios públicos, sometido por el poder de quien maneja esos espacios²². Una música que contamina nuestros oídos, que es contingente y accidental.

²¹ STERNE, *The audible past...*, pp. 24-25.

²² Véase E. SATIE, *Memorias de un amnésico y otros escritos*, tr. L. Casado, (Madrid: Fugaz, ed. Universitarias, 1989), pp. 111-112.

Imagen 12. Anuncio de gramófono de Berliner aparecido en la revista *Cosmopolitan* de 1896.

A Talking Machine for the Family, at so low a price that it is brought within the purchasing power of everybody, is one of the latest achievements of scientific invention.

The Berliner Gram-o-phone

Talks distinctly, sings every song with expression, plays the piano, cornet, banjo, and in fact every musical instrument with precision and pleasing effect. The plate called "The Morning on the Farm" gives a perfect reproduction of the lowing of cattle, crowing of the rooster, the call of the hawk, the neigh of the horses, the bleating of the sheep, and in fact every sound which is familiar to the farmyard. The records are endless in variety, including nearly every song you are acquainted with.

Accompanying illustration (above) shows the machine operated with hearing tubes for three people. Tubes for two people go with each machine. Extra hearing tubes, so that any number of people may hear, are furnished at 75 cents extra for each person. Two records are included with every machine. Extra records 60 cents each, \$6.00 per dozen.

ALL FOR \$10.00.

OUTFIT. The Outfit includes Talking Machine, Style 75, provided with revolving table covered with felt, fly wheel so balanced as to turn evenly and arm which holds the sound box with reproducing diaphragm, rubber tubes as described above. Box of 100 needles. All nicely packed in a box and sent express prepaid to any point in the United States upon receipt of price.

Send Money by Postal Note, Express Money-Order or New York Draft.

SPECIAL OFFER. With each Machine ordered before Nov. 10th, we will include an Amplifying Horn.

FOR SALE by all MUSIC DEALERS. Send for Catalogue. Free of Course.

NATIONAL GRAMOPHONE COMPANY, 874 Broadway, NEW YORK CITY.

Gramófonos de la Berliner Gramophone ideados con varias salidas de auriculares para la escucha en familia. Imagen tomada de STERNE, JONATHAN: *The audible past. Cultural origins of sound reproduction* (Estados Unidos, Duke University Press, 2003), p. 164.

Como la radio supuso un incremento notable de oyentes en todo el mundo, podríamos decir que con ella comenzó un proceso de democratización e individualización de la escucha. «La distribución de la realidad sensible a domicilio —advierte Carmen Pardo, escribiendo acerca del radorreceptor— supone el paso de una escucha colectiva a la escucha individual, aun cuando en un primer estadio esta escucha siguiera siendo colectiva dado el precio de los aparatos de reproducción»²³. A medida que se abarataron esos aparatos amplió el número de oyentes

²³ SALGADO, CARMEN PARDO. "La escucha en continuidad." *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía* (2008), p. 146.

y con ellos el modo de escucha aislada. Entre los años veinte y los años cincuenta, la escucha individual estuvo sostenida por la radio principalmente. No obstante, la escucha colectiva en torno a la radio fue el medio de socialización familiar por excelencia desde los años treinta. Una práctica que descendería a partir de los cincuenta (con diferentes escalas según países) por el poder de atracción de la televisión. De esta manera, las tecnologías permitieron al oyente adentrarse en un modo de escucha inédito y personalizado.

Las «tecnologías del yo», para señalar la manera en que la tecnología de reproducción de la música ayudó en la construcción de espacios físicos y mentales cargados de individualismo, es el término que Tia DeNora adopta de la teoría de Michel Foucault, quien ya en 1982 hablaba de las tecnologías como elementos de poder y de subjetividad. Para Sumanth Gopinath y Jason Stanyek, siguiendo a su vez a DeNora, la radio, las cintas de casete, los discos de vinilo y el disco compacto no dejan de ser tecnologías que enfatizan la relación del individuo con su psique. Productos pensados para el uso y el disfrute individual²⁴. Escuchar música a través de las tecnologías del yo marcaría el final de una era y el comienzo de otra en los años ochenta.

No sólo las tecnologías condicionan nuestras conductas. El filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky afirma que las prácticas de consumo más individualizadas, lo que R. Rochefort llama «consumo individualista», comenzó a despegar a mediados de los setenta, pero sobre todo en los ochenta. No es una curiosa coincidencia que el Walkman, primer aparato para la escucha individualizada por cascos, surgiera en 1979, misma época en la que las políticas de Margaret Thatcher y Ronald Reagan abonaban el terreno al neoliberalismo económico. Una tendencia observable ya desde comienzos del siglo XX en lo que Lipovetsky dio en llamar neoindividualismo. Relajar el valor de la *communitas* para reforzar el individualismo es tan sólo una de las expectativas del neoliberalismo. Una reducción del poder de actuación de los Estados que se corresponde con lo que Lipovetsky llama la tercera fase del capitalismo de consumo. Una fase explotada y exprimida por la industria que maneja el capital a costa de dejar que los mercados se autorregulen, manteniendo al margen la capacidad de los Estados y ampliando las desigualdades. Tarea que no hubiese sido posible sin la absoluta emancipación del individuo. Esperemos no atragantarnos de nosotros mismos.

Las tecnologías están diseñadas para un uso determinado y concreto. Sin embargo, la gente suele dar con funciones que no estaban previstas. El fonógrafo, el gramófono, la radio, la música en televisión, etc., son aparatos que autoamplifican el sonido para rellenar el espacio común, un espacio que cohesiona. Por ejemplo, la cinta de casete compacta fue pensada en los sesenta

²⁴ GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK: “Technologies of the musical selfie” en Cook, *The Cambridge Companion...*, pp. 91-118.

para encapsular la cinta de carrete abierto en un pequeño soporte, rígido, duradero, fácil de manejar y portátil, pero que con el tiempo podría ser usada tanto por un grupo de oyentes mediante un radiocasete como de manera individual gracias al Walkman. Más tarde la pletina grabadora y las dobles pletinas se idearon con el objeto de producir copias caseras, bien grabando desde el giradiscos, la radio o de cinta a cinta, pero pronto se producirían copias ilegales destinadas al mercado negro que generarían serios problemas para la industria. Así vemos que la tecnología desarrolló el casete para reducir el tamaño y facilitar su transporte, pero con el tiempo produciría una gran crisis en el comercio de cintas en todo el mundo. Otro ejemplo de uso que se saltó todas las prescripciones vino de la mano del MP3, pensado originariamente para liberar espacio en los discos duros pero que acabaría poniendo en jaque los cimientos de la industria discográfica.

Cada desarrollo tecnológico, cada invento, viene a cubrir las necesidades específicas de la época en la que surge; como ocurrió con el ya citado Walkman, que vino a colaborar con la implantación de nuevos modelos de consumo y de vida individualizada a partir de la década de 1980. Si en la segunda fase del capitalismo de consumo anterior a los ochenta, que comprende según Lipovetsky desde 1950 hasta finales de los setenta, la lógica de consumo era de tipo semicolectivo (un coche para toda la familia, un teléfono, una televisión), en la tercera fase, que no por casualidad coincide con el inicio de la era digital en los ochenta, surgen prácticas de consumo cada vez más individualizadas²⁵.

El campo a este paradigma se abonó durante las décadas cincuenta, sesenta y setenta. Ya se ha dicho que los sociólogos, filósofos e historiadores tienden a ver un cisma ético, productivo, económico y social que condujo a un nuevo paradigma a partir del final de la II Guerra Mundial. Lipovetsky considera que: «Desde los años 50 y 60, nuestra cultura cotidiana ya no está dominada por los grandes imperativos del deber difícil y sacrificial, sino por la dicha, el éxito, los derechos del individuo y ya no sus deberes»²⁶. Algo que socava el comunitarismo y el Estado del bienestar, que reduce a su condición de mero individuo al hombre posmoderno.

Acentuar la escucha individualizada tuvo mucho que ver con las generaciones de adolescentes de los años cincuenta y sesenta. La clase media estadounidense, y más en concreto los jóvenes cuya educación escolar obligatoria ascendió hasta los dieciséis años, dispondrían de mayor tiempo libre que las generaciones anteriores y mayor capacidad económica para comprar

²⁵ La introducción de este modelo de consumo individualizado fue desigual según países. Así, En EEUU el abrazo a ese modelo comienza a darse desde la década de 1950 y no es hasta la década de 1970 cuando comienza a darse en Europa.

²⁶ LIPOVETSKY, GILLES: *Metamorfosis de la cultura liberal* (Barcelona, Anagrama, 2003, [2002]), p. 39.

tocadiscos y radios portátiles con las que escuchar su música favorita, una música en la que poder reconocerse. Una lógica de emancipación de la familia contraria al consumo colectivo, contraria a la modernidad sólida. Una emancipación que atrae la atención de un nuevo «individuo oyente» saciado con programas radiofónicos dirigidos a él y que anuncia «la defunción de la escucha colectiva en beneficio del proceso de apropiación individual de la música»²⁷. Según Lipovetsky:

Esta tendencia a la individualización se acrecienta todavía más con el multiequipamiento de los hogares en materia de receptores y de equipo de alta fidelidad, con el vídeo, las videocasetes, los lectores de discos compactos, el cable, la multiplicación de las cadenas de televisión... otras tantas tecnologías que permiten una mayor individualización de los hábitos, mayor sincronización de las costumbres, más posibilidades para cada cual de elegir sus programas, de liberarse de las obligaciones colectivas o semicolectivas (familia) relativas al espacio y el tiempo. A este respecto, pese a sus límites de sobra conocidos, la fórmula de McLuhan —«el medio constituye el mensaje»— sigue siendo acertada: cualesquiera que sean los programas difundidos, los medios, en las sociedades democráticas, trabajan por privatizar los comportamientos, por individualizar las costumbres, por privilegiar lo individual en detrimento de lo colectivo. Se trata de un individualismo desregulado, desincronizado, a la carta, que la gracia de los *mass-media* no cesa de favorecer²⁸.

Sin embargo, no sólo fue exclusivamente este exceso de equipamiento lo que hizo empoderarse al consumidor hiperindividualista, sino una serie de factores que arrancan en los años de posguerra en los cincuenta. Algunos de estos factores que destaca Lipovetsky son:

- la difusión de objetos (coche, televisor, electrodomésticos, etc.),
- el desarrollo de las industrias culturales (cine, música, televisión),
- la transformación en los procesos de distribución de los productos y los contenidos culturales,
- una nueva clase adolescente que surge en EE. UU. en la década de los cincuenta en torno al rock and roll y el culto al goce privado, a las novedades y a las distintas formas de diversión.

²⁷ LIPOVETSKY, *La felicidad paradójica...*, pp. 95-96.

²⁸ LIPOVETSKY, *Metamorfosis...*, p. 105.

Así es como se consigue una «sociedad opulenta» en la que el consumo entra en la esfera de la individualización y la psicologización de las masas²⁹. El autoservicio de los hipermercados y supermercados, por ejemplo, transformaron algunas de las prácticas de consumo. Ahora el cliente está sólo frente al producto, libre de elegir, de tomarse todo el tiempo que necesite, de examinar los productos sin la presión del comerciante que habla sin parar y mira a los ojos al comprador. Un nuevo consumidor libre, un consumidor individual.

La individualidad, la individualización o la personalización, tienen mucho que ver con importantes cambios sociales que afloraron en la segunda mitad del siglo XX. Una vez acabada la guerra, la interacción entre individuos empezaría a mermar gracias al apoyo de tecnologías comunicacionales que inducían a la transformación de seres mayormente individualizados y hedonistas que buscaban acceder a nuevas experiencias. Si en los años cincuenta y sesenta comienza un nuevo proceso de emancipación, fue en los ochenta cuando se multiplica la adquisición de objetos de consumo duraderos y el pluriequipamiento en los hogares. Un autoequipamiento del que hoy hacemos gala acentuando el consumo de ocio personalizado. Ya desde el año 2000, esto se elevó a la enésima potencia, resultado de las redes sociales, las autopistas de la información y de la comunicación, todo ello al amparo proporcionado por internet en la década de los noventa, el internet inalámbrico en la primera década del 2000, y el internet de las cosas en la década 2010.

La repercusión de las ideologías neoliberales adoptadas en el mundo Occidental provenientes de las políticas capitalistas de Estados Unidos y Gran Bretaña desde finales de los setenta, propiciaron el desmantelamiento del proteccionismo gubernamental y la descentralización de los Estados. Al mismo tiempo se vendía una imagen negativa de los sindicatos, así como todo tipo de asociacionismo. Cada vez que la socialdemocracia de izquierda o centro izquierda quiso recuperar parte del control que los Estados ganaron desde los años cincuenta, desde el liberalismo se insistía en construir un relato que desvirtuaba cualquier iniciativa de recuperación de la protección social, tachándola peyorativamente de comunismo, aunque en realidad se tratara de neomarxismo. Al mismo tiempo que el marxismo y el liberalismo intentaban demostrar no ser utopías ideológicas, el capitalismo se abría camino dentro de un modelo de Estado que perdía paulatinamente sus franjas de poder en el control de los mercados internos y en mayor medida en los mercados externos. Desde la filosofía social y la psicología social se ha concluido que lo único que han hecho tanto el marxismo como el liberalismo ha sido polarizar a unos individuos que paradójicamente son seres sociales por naturaleza. El neomarxismo lo hace

²⁹ LIPOVETSKY, *La Felicidad paradójica...*, pp. 90-119.

desde su pedestal moralista y el liberalismo desde sus postulados realistas. En este ambiente, el libre mercado, sin el control estatal, anima al flujo de capitales por todo el planeta, pero también, y he aquí otra paradoja, al aislamiento y a la actitud individualista.

Tampoco debemos desdeñar el nacimiento de comunidades virtuales, o mejor, pseudo-comunidades gracias a la creación de redes sociales digitales. El problema es que éstas resultan demasiado frágiles. Es tan fácil entrar como salir del grupo virtual. El compromiso es virtual, líquido y simulado. El sentido de pertenencia a un grupo en términos baumanianos propios de la modernidad sólida, se están diluyendo. Los extremos ideológicos sólo desean mantener vivas ciertas identidades simbólicas en torno a banderas o tradiciones que finalmente minan la fragilidad de las identidades colectivas arraigadas en la ética y la moral del grupo. La aparente inocencia del *laissez faire, laissez passer*, aquella mano invisible que se encargaría de regular los procesos de igualdad económica, que defendería las prácticas de la libre circulación de mercancías, terminó socavando, como no podía ser de otra manera, las propias formas de existencia y los modos de vida comunitario. La excesiva individualización de determinadas prácticas sociales está minando buena parte de los tradicionales lazos sociales en su sentido de comunidad y colectividad³⁰.

Relacionándolo con la escucha, ya se dijo que no es casual que los primeros sistemas masivos de escucha individualizada (el Walkman desde 1979 y el discman desde 1984) nacieran bajo el paraguas de estas circunstancias ideológicas y políticas, que hallan en la aparente libertad de los individuos, un nicho comercial dirigido a la música. La escucha individual de música siempre existió, pero lo que nunca había ocurrido fue la comercialización masiva de la escucha individual. Un comercio que capta la atención de un individuo hedonista. Un individuo que busca la experiencia paroxística y la vivencia experiencial en la base de un hiperconsumo dirigido hacia prácticas psicologizadas e individualizadas. La industria comercia con nuestro tiempo, nuestras inquietudes y nuestros miedos mediante la personalización de los contenidos y los productos.

La extrema personalización de los contenidos ha sido el principal objetivo de las plataformas de streaming desde al menos el año 2007. La hiperpersonalización viene siendo una práctica comercial reciente que discrimina en exceso la individualización. El catálogo de música de las plataformas es tan amplio que necesita ser reducido para el etiquetado de los contenidos. Se genera tal cantidad de información que es de obligada aplicación el uso de la inteligencia artificial y los potentes algoritmos para la recomendación personalizada. La microetiquetación

³⁰ COLLIER, PAUL: *El futuro del capitalismo*. Cómo afrontar las nuevas ansiedades (Barcelona, Penguin Random House, 2019).

conlleva un conocimiento francamente certero de los gustos del público, personalizando las recomendaciones de escucha. Así funcionan todas las plataformas de contenido online. La inteligencia artificial empleada por Netflix, por ejemplo, ha generado un diagrama de 76.897 géneros distintos para los que algunos de ellos todavía no existen aplicación directa en los usuarios³¹. Es decir, existen géneros desconocidos para el público. La multivariabilidad de los análisis ha desarrollado estilos y géneros que no existen en los registros cinematográficos actuales. Algo similar está ocurriendo con la música en streaming.

La manufactura de coincidencias, con o sin el control humano, genera lo que Ed Finn llama los «tropos» de la era del algoritmo. En el caso de Netflix, el análisis de los gustos de sus clientes se realiza mediante dos procedimientos: el análisis de aplicación algorítmica y el análisis humano. Para mayor ofensa, el trabajo humano que actúa en la fabricación de recomendaciones tiende a ser ocultado en lo que Finn llama «la estética de la abstracción». La razón es que los clientes, tristemente, se fían más de las recomendaciones algorítmicas que de las elaboradas por los humanos. El trabajo del humano en la optimización para la hiperpersonalización de los contenidos y las recomendaciones desea deliberadamente pasar inadvertido. De esta manera, los asistentes personales se han transformado así en visires que ejercen no solamente el poder de promulgar nuestras decisiones, sino que controlan los caminos de arbitraje y los espacios de agencia y administración³². Afirmo el catedrático en matemática de la Universidad de Oxford, Marcus du Sautoy:

Al haber contratado Spotify a Pachet, ¿se acabará la partida e incluso irán al paro los compositores que elaboran esos artistas inventados? Ahora los algoritmos ya se encargan de guiar nuestros gustos. ¿Cuánto falta para que las canciones que escuchamos sean elaboradas a medida para nosotros por un algoritmo? Cuando esto ocurra, Spotify no tendrá que pagar derechos de autor (solamente el sueldo de Pachet)³³.

El propio usuario participa inconscientemente de esta creación de análisis algorítmico aportando datos constantemente cada vez que navega por la red o sencillamente desplazándose con su teléfono móvil, mal llamado inteligente. Antes de la era del streaming el recabado de datos podía hacerse de maneras que ofrecían solo algo de información sobre nuestras prácticas aurales. Quien compraba un disco deshacía la relación con el vendedor en el mismo momento de la

³¹ FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* (Barcelona, Alpha Decay, 2018), p. 176.

³² *Ibid.*, p. 177.

³³ DU SANTOY, MARCUS: *Programados para crear* (Barcelona, Acontilado, 2020, 2019)], p. 276.

compra. Pero la era del streaming ha proporcionado un sistema para la continua recogida de información masiva, en tiempo real, y a través de varios niveles y puntos diferentes de registro que son recogidos tanto a través de la propia empresa proveedora de los contenidos como a través de los acuerdos que éstas firman con empresas secundarias. El tipo de asociaciones interempresariales vincula plataformas de vídeo y de música con redes sociales y empresas de muy diversa índole.

Si el objetivo es atinar con los gustos de los oyentes, cuantos más datos se dispongan sobre sus hábitos de consumo —tales como la clase social, el género, el capital cultural, la geolocalización, etc.—, mejores serán las propuestas de recomendación personalizadas. Los usuarios asumen y aceptan a pies juntillas las condiciones del contrato, muchas veces sin saber que serán controlados en una especie de utopía de la libertad en el acceso. Y aunque «esos algoritmos son elegantes, simples y eficaces» en realidad, «están propagando montajes pródigos en varias formas de trabajo humano, recursos materiales y elecciones ideológicas»³⁴. En palabras de Ed Finn:

[...] deseosos de esa utopía, aceptamos los resultados de los algoritmos de software de manera incontestable, como si fuera el mágico resultado de la computación. La mercantilización de la ilustración tiene un precio. Transforma el progreso y la eficacia computacional en una conducta, es un espectáculo que ocluye las decisiones reales y que propone soluciones de compromiso a espaldas del mito del código omnisciente³⁵.

La pequeña radio a transistores de los años cincuenta ya permitía un relativo aislamiento tanto dentro como fuera del hogar. La radio, asegura Tim Blanning, «dejó de ser un mueble y se convirtió en un accesorio personal que podía llevarse a todas partes [...] Al principio, los empresarios del ramo pensaron que los transistores servirían sobre todo para fabricar audífonos más pequeños, pero las florecientes oportunidades brindadas por la explosión del mercado musical en las décadas de 1950 y 1960 fueron el incentivo que llevó a aplicar el transistor al ámbito de los medios de comunicación de masas»³⁶. En términos generales, hasta la década de 1980, la escucha estará destinada al entorno familiar mediante diferentes equipos de sonido o la televisión. No será hasta la llegada del Walkman en los ochenta, o lo que es igual, la sustitución de la escucha a través de altavoces por los auriculares, cuando el oyente se alejará de los entornos

³⁴ *Ibid.*, p. 24.

³⁵ *Ibid.* p. 25.

³⁶ BLANNING, TIM: *El triunfo de la música. Los compositores, los intérpretes y el público desde 1700 hasta la actualidad* (Barcelona, Acantilado, 2017, [2008]), p. 341.

sociales y familiares, aislándolo en zonas privadas de escucha tanto dentro como fuera del hogar. Desde este momento, «los consumidores tuvieron un control completo de la música que escuchaban: hasta ese punto se había vuelto autónoma la experiencia de la música»³⁷. Hoy en día, en los diversos servicios *streaming*, «la música digital está pensada para dar señales aisladas a individuos aislados y a bajo coste», afirma Damon Krukowski³⁸.

Shuhei Hosokawa, profesor del Centro Internacional de Investigación de Estudios Japoneses, que acuñó en 1984 el término «el efecto walkman», asume que la visión de Jacques Attali, Michael Bull y la que aquí mismo estamos exponiendo, pertenece a una cerrazón y una apatía política al servicio de un control de masas y en contra de los jóvenes³⁹. Para Hosokawa, siguiendo la línea de Umberto Eco, los críticos de la individualidad somos «moralistas culturales», propensos a ajustar lo novedoso a un sistema epistemológico normativo basado en lo conocido y en factores estandarizados. Según Hosokawa, no pueden (podemos) explicar claramente el cambio sociocultural producido por algo nuevo ya que simplemente rechazamos cualquier intento de clarificación⁴⁰. Arguye que el Walkman surgió en una época de autonomía pero que no es ni causa ni efecto de esa autonomía, sino una especie de yo parasitario y/o simbiótico que se convierte en autónomo y móvil con el tiempo. Según Hosokawa, debemos entender el Walkman no como un fenómeno en sí mismo, sino como un efecto o como un evento-efecto en la transformación pragmática y semántica de lo urbano. El uso del Walkman no debe ser entendido, según él, como un síntoma de individualización y aislamiento, sino como una mejora en la autonomía del oyente. Precisamente es lo que Michael Bull y nosotros mismos pretendemos aclarar. Lo que queremos explicar es cómo cambian los modelos de escucha atendiendo no a patrones exclusivamente tecnológicos, sino en base a nuevas formas de cultura dentro de unos cambios de paradigma sociales y económico-políticos más amplios: algo que hemos denominado el factor sociotecnológico de la escucha y que ya vimos visto en un capítulo anterior.

Precisamente uno de los grandes paradigmas ético-morales que surge en torno a la década de 1980 fue el radical giro hacia prácticas individualistas denominado «yoísmo» por la filosofía social⁴¹. Desde los ochenta se ha acentuado un modelo de individualización —todavía en curso— que desde la sociología se entiende «ha desencadenado un amplio proceso de erosión

³⁷ *Ibid.*, p. 342.

³⁸ KRUKOWSKI, DAMON: *The new analog. Cómo escuchar y reconectarnos en el mundo digital* (Barcelona, Alpha Decay, 2017), p. 170.

³⁹ HOSOKAWA, SHUHEI: “The Walkman effect”, *Popular Music*, 4, 1984, pp. 165-180.

⁴⁰ *Vid.* HOSOKAWA, SHUHEI: “The Walkman effect” en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), pp. 104-116.

⁴¹ ROBLES, José María: “La era del yoísmo: cómo el culto al ego nos ha vuelto insoportables”, en *El Mundo*, 17 octubre 2018; <https://www.elmundo.es/papel/lideres/2018/10/17/5bc6055e2704e389b8b45cd.html> [última consulta 1/02/2021].

y evolución social y cultural»⁴². A esta erosión y devaluación cultural debemos añadir el fomento de otros procesos vinculados con la atomización de los contenidos, el nacimiento de un consumidor omnívoro y la absoluta hegemonía del mundo visual, muy a pesar del giro auditivo que se viene experimentando desde comienzos del siglo XXI. Puede que al principio se tratara de un yo compartido dentro de un grupo social amplio, como defiende Ulrich Beck (2002), pero el surgimiento de internet, las redes sociales, el mercado libre, el mercado de trabajo y en general, el desmantelamiento del Estado del bienestar, ha tendido a exagerar las conductas hedonistas, conductas ahora destradicionalizadas y tendentes a la deshumanización.

Vemos, así, que la individualización de la escucha de música obedece no sólo a parámetros tecnológicos, como presupone Hosokawa, sino a cambios en los paradigmas de las prácticas de socialización, la economía y la cultura, dentro de procesos históricos más amplios que demuestran que cada época atraviesa sus propias maneras de escuchar, vivir, percibir y entender la música.

A lo largo del siglo XX la privatización y la movilidad fueron entendidas como derechos propios adquiridos merced, en gran medida, a una mediación tecnológica. Derechos que no admiten renuncias ni demoras exigiendo al mismo tiempo la aparición de nuevas tecnologías. Derechos adquiridos al amparo de los dogmas y las doctrinas que aplauden el ego individualista en un tipo de sociedades que alientan al consumo, que promueven el deseo de vivir nuevas experiencias individuales, también las relacionadas con la escucha de música. Las sociedades capitalistas abandonaron las prácticas propias del viejo capitalismo industrial y su utopía de la ética del trabajo, para abrazar un tipo de capitalismo que busca la autocomplacencia en el consumo de experiencias instantáneas a través de muy diversos canales.

Aunque la escucha aislada no es algo exclusivo del siglo XX, no podemos negar que su tecnología no haya favorecido la creación de burbujas privatizadas de percepción auricular, donde el símbolo por excelencia ha recaído en el auricular. A principios de siglo, la escucha de música en solitario estuvo considerada, recordemos, una práctica desleal con las tradicionales formas de socialización, puesto que escuchar había sido siempre una actividad culturalmente significativa siempre que fuera en grupo. La música acompañaba los principales eventos comunitarios, incluyendo gran parte de los rituales de la vida como el nacimiento o la muerte, las bodas y las festividades religiosas, el ocio y la supervivencia de un estatus. La escucha en solitario

⁴² BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas* (Barcelona, Paidós, 2016, [2002]), p. 83.

venía a contradecir siglos de tradición, de rituales sociales y comunitarios implantados⁴³. Siglos de música destinada al sacrificio y la representación, que diría Attali.

Ya en el temprano año de 1929 Siegfried Kracauer, otro de los pensadores vinculados a la Escuela de Frankfurt, se preguntaba por los cambios relacionados con los espacios cognitivos, estéticos y morales que el uso del auricular podría estar produciendo en los hogares⁴⁴. A pesar de su interés, hay que señalar que el auricular siempre estuvo ligado a usos profesionales dentro de los estudios de radio y de grabación. Aunque algunas radios a transistores se comercializaron con salida para auriculares, hubo que esperar al primer portátil estéreo en 1979, el Walkman de Sony, para que surgiera una cultura enfocada a la escucha completamente individual: una auténtica cultura del auricular, como sería llamada por Akio Morita, cofundador de Sony. No tanto por lo que el aparato representaba en sí mismo, sino por el hecho de que el Walkman no incorporaba altavoces como sí lo hacía la radio. El uso de auriculares liberaba al oyente de la dictadura del dial y del cable de corriente. Más aún, elegir lo que el usuario deseaba escuchar en cada momento ayudaría a consolidar un nuevo modelo de escucha que personalizaba y cedía al oyente el control sobre el qué, el cuándo y el cómo escuchar música.

El abaratamiento de los aparatos reproductores como consecuencia del empleo de transistores, así como la progresiva miniaturización de los aparatos de reproducción, facilitaron la adopción de nuevos modos de escucha desde los años cincuenta, tanto dentro como fuera del hogar. En cada habitación de la casa se podía escuchar una música distinta sin molestar a los demás. De este modo, el papel que la radio adquirió desde los años veinte como reclamo de interacción familiar para el ocio, fue progresivamente sustituida desde los cuarenta por la televisión y en los años cincuenta por la radio transistor portátil. El espacio sonoro de la radio en el hogar perdió terreno frente al novedoso invento de la TV y su poderoso componente visual. La pérdida de escucha en familia siguió desapareciendo paulatinamente desde las primeras radios transistorizadas durante los sesenta, el Walkman de los años ochenta y definitivamente con los MP3 portátiles y el iPod desde finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI. Si la radio-mueble de salón había transformado el espacio físico del hogar hasta mediados del siglo XX, la radio transistor hizo lo propio con la escucha portátil e individual de 1950 a 1980. Ya en los albores de la posmodernidad, el Walkman se encargaría de convertir la escucha en una cultura urbana individual gracias al auricular. Una escucha individual modelizada definitivamente gracias a los reproductores portátiles de MP3 y el teléfono móvil años más tarde.

⁴³ KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), pp. 20-21.

⁴⁴ Citado en BULL, *Sounding...*, p. 8.

Los primeros Walkman de Sony salieron al mercado con dos salidas de audio por la sencilla razón de que en los ochenta todavía se consideraba grosero y descortés el hecho que una persona escuchara música individualmente en un espacio público, un tipo de convención residual proveniente de aquel “loco” escuchante solitario de discos de cera y pizarra en el salón de su casa a comienzos de siglo. No estaba bien visto desentenderse de los demás, aislarse mediante la escucha con cascos. De hecho, la idea original de Sony al crear el Walkman no estribaba en aislar a los usuarios, sino simple y sencillamente no molestar a los demás. Aunque hoy cueste creerlo, el objetivo de Akio Moritta no fue aislar al oyente.

Pronto los consumidores fueron, una vez más, soberanos en el empleo de sus tecnologías al decidir cómo usar los productos. Sin embargo, aquella desconsideración y falta de respeto de la escucha aislada, abandonó su herencia cultural para dejar de estar mal vista. Desde Sony se dieron cuenta rápido de que los usuarios de Walkman apenas usaban la segunda salida de audio en lo que consideraban sería una escucha compartida, una manera de reforzar la socialización entre los jóvenes, una configuración de identidades grupales y de estados de ánimo compartidos⁴⁵. Sobre todo, los jóvenes escuchaban en privado. Desde Sony se dieron prisa en fabricar un modelo con una única salida de *mini-jack*. De esta manera, la privatización de la escucha de música grabada que había surgido a comienzos del siglo XX bajo el paraguas de los nuevos sistemas de grabación y reproducción, se dirigía hacia su cenit a finales de siglo.

En la década de los noventa surgieron alternativas al CD que no cuajaron: a excepción del DVD, todos fracasaron. También aparecieron reproductores portátiles de CD, el Minidisc y el Digital Compact Caseste, que a pesar de ofrecer una calidad muy superior a la del Walkman, tampoco tuvieron demasiado éxito. No obstante, a finales de los noventa surgió un nuevo reproductor digital que revolucionaría el mercado. Miniaturizando el reproductor y acelerando la cultura de la escucha portátil e individual, el MP3 portátil, junto al Walkman y el discman primero, y más tarde junto al iPod, serían los únicos sistemas ideados exclusivamente para la escucha móvil, individual y personalizada, con una capacidad de almacenaje creciente a medida que avanzaba el recién estrenado milenio.

La era digital aumentó exponencialmente la diversidad de medios de consumo, acceso y reproducción de música. Por un tiempo el CD estuvo encomendado a sustituir al *long play*. Pero, aunque los años noventa fueron testigos de varios sepelios dedicados al vinilo, éste se mantuvo como soporte minoritario para en los últimos años de siglo experimentar un repunte. (Con la ninguneada cinta de casete ocurrió algo similar). En el año 2014 las ventas de vinilos

⁴⁵ BULL, *Sounding*, p. 116 y ss.

británicas alcanzaron cifras próximas al año 1995. Ciertamente que el año 1995 no representa uno de los mejores datos de ventas de vinilos dado el impacto que tuvo el CD durante toda la década anterior, pero todo apunta a que la tendencia de los próximos años seguirá en alza⁴⁶. Veremos.

Hoy en día los reproductores de MP3 prácticamente han desaparecido ya que la gran mayoría de los oyentes escuchan música *online* a través de sus teléfonos móviles. Sin embargo, se mantiene activo un flujo de miles de millones de archivos de audio comprimidos en formato MP3 y todos sus derivados. Por otro lado, el MP3 tiene los días contados ya que las distribuidoras de música llevan años desarrollando numerosos sistemas propios de compresión que mejoran notablemente la calidad. Además, incluso el aumento en las velocidades de transmisión de internet está favoreciendo un acceso a la música con calidades superiores a las del CD.

El informe anual del 2018 del IFPI revela que el 86% de los oyentes escuchan música bajo demanda mediante servicios de suscripción (en la India y China alcanzan el 96% de oyentes con licencia). Este informe revela que el 75% de los oyentes de todo el mundo usa *smartphones* con cascos, llegando hasta el 94% en los jóvenes de entre los 16 y los 24 años⁴⁷. En cuanto a la escucha doméstica se experimenta un aumento de la diversidad. En lo que se refiere a la escucha portátil la gran mayoría lo hace usando el teléfono móvil.

Ahora bien, el teléfono es un dispositivo multifuncional. La necesidad de atender llamadas, mensajes y estar conectados a las redes sociales al mismo tiempo que se usa para escuchar música, provoca que la música adopte un plano secundario en el uso del móvil. Estar constantemente conectado, disponible y siempre en línea es prioritario entre los jóvenes. El teléfono móvil incita a que la escucha de música quede subordinada a la constante disponibilidad que ofrece la era del acceso. La construcción de paisajes continuos, imaginarios y subjetivos recreados con el iPod o el MP3, quedan disueltos en el teléfono móvil por una llamada entrante, un mensaje o un aviso de las redes sociales. Michael Bull describe cómo los usuarios de iPod no podían salir a la calle sin él a comienzos del siglo XXI. La necesidad pasaba por disponer de la música preferida en cualquier momento. El teléfono móvil, o mejor, la imperiosa necesidad de estar conectado ha sustituido la experiencia auditiva de escuchar música en cualquier

⁴⁶ Vid. ANDREW MELLOR: "The return of the LP-what lies behind the renewed appeal of vinyl?", en *Gramophone*, 14, Julio, 2016. <https://www.gramophone.co.uk/search/node/the%20return%20of%20the%20lp> [06/03/2019]

Las estadísticas tienden a clasificar los soportes en físicos o digitales. Ya no se analizan las ventas según los distintos soportes físicos. Dentro del soporte digital existe una tendencia a clasificar las descargas por un lado y el streaming por otro, con una clara superioridad de este último. Del año 2011 al 2017 las suscripciones en España se han multiplicado por cinco. Las descargas de música se siguen manteniendo desde el 2008 en torno al 20% de la población de entre los 14 y los 70 años. Vid. Anuario SGAE, música grabada, 2017, en <http://www.anuariosgae.com/anuario2018/frames.html> [07/03/2019].

⁴⁷ Vid. <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf> [03/06/2109].

lugar por la de estar visible, accesible, *online*. Para los jóvenes actuales «ser un amigo significa estar disponible, pegado al teléfono, siempre dispuesto a prestar atención, siempre en línea»⁴⁸. En la era del teléfono móvil —que coincide con la del *streaming* y lo que nosotros hemos considerado la tercera revolución digital—, se prima la accesibilidad instantánea a los contenidos y a las personas por encima de cualquier otra cosa.

Michael Bull reconoce que el iPod crea una experiencia continua de escucha, sin fisuras, capaz de construir «burbujas auditivas» que aíslan al oyente del exterior, imbuyéndolo en un mundo interior, muchas veces imaginado. En su afán por comparar la escucha del iPod con la del teléfono móvil, Michael Bull considera que ambos reproductores conforman «una morada post-fordista del espacio urbano»⁴⁹. Cree que se forman distintas lógicas espaciales y temporales llegando a diferenciar entre la escucha del iPod, definida, continua, que proporciona placer y reenfocada a la intimidad, y la escucha en el teléfono móvil que produce discontinuidad por la posible intrusión de un tercero (refiriéndose a una llamada, un mensaje de WhatsApp, un aviso proveniente de alguna red social, etc.). Una escucha interrumpida por la necesidad de estar conectados constantemente. En el polo opuesto al iPod, el teléfono móvil representa lo discontinuo, el tiempo perforado por constantes interrupciones⁵⁰. La tecnología del iPod privilegiaba la vida privada, potenciando la concepción del consumidor como un sujeto aislado⁵¹. La tecnología del Smartphone privilegia la conectividad.

Analizando el trabajo de Michael Bull, Nick Prior considera en *Popular Music Digital Technology and Society* que el sujeto moderno y alienado no sólo es poseído por las tecnologías de audio móviles, sino que también se halla secuestrado por el mundo social. Hay que aclarar que Prior hace hincapié en lo social y critica la idea de Michael Bull acerca de las «burbujas sonoras» y los procesos de alienación a los que nos conducen las nuevas prácticas aurales de la era digital⁵². Prior defiende la idea de que la homogeneización de las prácticas de escucha no es tal, y que para alcanzar un análisis más profundo habría que tener en cuenta las acciones, identidades y trayectorias vitales aisladas, así como las situaciones individuales de cada persona. Quiere demostrar que tecnologías como el iPod, el MP3 portátil o el Smartphone no son

⁴⁸ TURKLE. *En defensa de la conversación...*, p. 210.

⁴⁹ BULL, *¡No dead air!...*, p. 347.

⁵⁰ BULL, *Sound Moves...*, pp. 66-86.

⁵¹ *Ibid.* p. 157. Sin embargo, Bull explica que este privilegio del sujeto individual hace al usuario del iPod dependiente y su aislamiento y control están controlados por el comercio y la ideología. La búsqueda de lo individual conlleva la asunción de un modelo de consumo dirigido. El mundo sigue siendo el mismo a pesar de la gestión terapéutica del iPod. Se trata de una liberación a través del consumo, la fechitización del objeto (el iPod), la desalienación a través de formas alienadas de consumo.

⁵² PRIOR, NICK: *Popular music, digital technology society* (Londres, SAGE Publications Ltd, 2018), p. 103.

objetos que recluyan o impermeabilicen a los usuarios, y que la conectividad que permite la sociedad en red crea nuevas estrategias de interacción desconocidas antes.

Sin embargo, y en contra de lo que opina Prior, queremos demostrar aquí que las prácticas globales, desde el punto de vista de la sociología, inducen a pensar todo lo contrario. No negamos que existan prácticas individuales discordantes con nuestra tesis, pero el análisis debe ir enfocado a prácticas comunes, generales y globales. Prior se basa en una muestra demasiado pequeña formada por 155 de sus alumnos procedentes de 26 países de Europa, Asia y Norteamérica. Tampoco la muestra de Bull es que sea muy amplia ya que se centra en entrevistas a grupos de jóvenes estadounidenses. Los principales sesgos de ambos estudios son la edad y la situación geográfica. Sin embargo, los estudios sociales tienden a abarcar cohortes poblacionales mayores. En este sentido social, lo que provoca la alienación del individuo joven, objeto de estudio tanto para Bull como para Prior, es consecuencia de, por un lado, la posesión que la tecnología ejerce sobre el oyente, y por otro, la distanciamiento que genera sobre las prácticas sociales. El iPod y el teléfono inteligente, socavan en cierto modo la propia esencia natural del ser humano que consiste en la interacción, pues desocializa al individuo, lo individualiza y lo aliena. Al mismo tiempo que el usuario cree colonizar el espacio gracias al uso de sus auriculares, él está siendo colonizado por la industria de la cultura y sus promesas vacías de felicidad. El oyente experimenta un mayor control del espacio que le rodea, pero es víctima a su vez de un recién estrenado capitalismo tecnológico que lo aísla en las nuevas formas de consumo de cultura.

El tiempo perforado al que nos lleva el teléfono móvil es lo que Bauman llamaba el puntillismo del tiempo, una característica acentuada por la modernidad líquida: la fragmentación y la contingencia, que en el caso del teléfono llegan a través de una llamada o un mensaje. Con el iPod el oyente solo podía escuchar, pues era un aparato monofuncional. Por el contrario, el teléfono móvil es multifuncional: se puede hablar, escuchar, navegar, jugar, compartir archivos o estar conectado a una red virtual. Esto acaba generando un puntillismo del tiempo y la atención. El iPod era un tipo de comunicación mediática unidireccional, sin posibilidad de respuesta. El teléfono móvil, por el contrario, ofrece un tipo de comunicación mediada con una increíble capacidad de interacción y múltiples posibilidades de respuesta. Un tipo de interacción en la que el usuario es constantemente interpelado por diversos canales y personas, instituciones o empresas⁵³.

⁵³ Pierre Lévy y John B. Thompson establecen tres tipos de comunicación. Teniendo en cuenta la capacidad de respuesta e interacción entre el emisor y el receptor, Lévy propone los tipos uno a uno, uno a todos y todos a todos. Por su parte, Thompson ofrece los tres tipos que llama cara a cara, mediática y casi mediática. Teniendo en cuenta

En el lado opuesto al que estamos describiendo, la escucha portátil individual también puede ser entendida y analizada como un elemento liberador. Los usuarios son capaces de liberarse de los ritmos opresivos de la vida diaria y la cotidianeidad de tareas y obligaciones⁵⁴. Pero no todos los dispositivos liberan de la misma manera. Estar conectado a la red constantemente a la vez que se usa el teléfono móvil para escuchar música lleva al oyente a tener que atender llamadas y mensajes, con lo que su liberación es solo parcial. Un reproductor portátil sin conexión a internet (MP3, iPod o el propio teléfono en modo avión o con los datos desconectados) resulta en este sentido mucho más liberador en el uso del tiempo y del espacio.

La construcción de paisajes sonoros personalizados empuja a una segunda realidad que mantiene al oyente sujeto y liberado del entorno en el que vive al mismo tiempo. Esta segunda realidad no debe ser entendida en el sentido hiperralista al que se refiere Jean Baudrillard, sino más bien como un constante entrar y salir del espacio virtual. La puerta de entrada y salida queda bajo el control del oyente, quien decide en cada momento estar conectado o desconectado del mundo real. La mediación tecnológica provoca que el individuo ya no pertenezca a una comunidad, sino a una red. La diferencia es que las redes se configuran a través del juego de la conexión y la desconexión y sus contenidos permanecen fluctuantes e indeterminados⁵⁵. En las comunidades, al menos en las que Bauman llamaba sólidas, la interacción se hacía cara a cara. En las redes virtuales de la modernidad líquida, este tipo de relaciones se llevan a cabo de pantalla a pantalla.

Estamos de acuerdo cuando Michael Bull sostiene que, a diferencia del teléfono móvil, la escucha en el iPod es continua y aleja de las distracciones habituales del teléfono móvil. Aunque Bull muestra un interés especial por el iPod, debemos objetar que estas cualidades no le son exclusivas, sino que pertenecen a cualquier reproductor portátil que no disponga de conexión a la red telefónica: léase Walkman, Discman, Minidisc, DCC o MP3 portátil. Pienso que el iPod

que Lévy hace referencia exclusivamente a la medicación y a la direccionalidad de la interacción y la relación del proceso de comunicación y que Thompson, además de la interacción añade la presencia o ausencia de los participantes y el número potencial de receptores, podemos sacar en claro que Internet sería el único medio de comunicación que ofrece todas las posibilidades a la vez; el cara a cara, la mediática y la casi mediática de Thompson, y el uno a todos, el uno a uno y el todos a todos de Lévy. O lo que es lo mismo, internet es el mayor invento de comunicación de todos los tiempos en cuanto a formas de comunicación se refiere. La única forma no posible es la comunicación cara a cara presencial. Véase THOMPSON, John B.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona, Paidós, 2016, [1997]) y LÉVY, PIERRE: *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* (Barcelona: Anthropos, 2011, [2007]).

⁵⁴ Los medios no solo cambian el proceso mediante el cual existe la comunicación. Con la música grabada no sólo se cambiaron las condiciones de recepción de la música —al no estar los oyentes en copresencia con la música, una situación que R. Murray Schafer llamó en 1969 «schizophonic»—, sino que también cambiaría lo que entendemos por música, sus propiedades, su estructura y su organización; vid. PRIOR, NICK: *Popular music, digital technology society* (Londres, SAGE Publications Ltd, 2018), pp. 18-20.

⁵⁵ BAUMAN, *Reflexiones sobre un mundo líquido* (Barcelona, Paidós, 2017), p. 90.

simplemente mantuvo activa un tipo de escucha privatizada que ya había comenzado con el Walkman. Podríamos pensar que la pretendida aura con la que Bull desea envolver al iPod solo sirve para legitimar un tipo de consumidor estadounidense urbanita, de raza blanca y clase media no muy lejano al descrito por Jonathan Sterne al referirse a las primeras consumidoras de fonógrafos, radios y gramófonos, aquellas mujeres blancas de clase media de comienzos del siglo XX que ya hemos descrito.

En este sentido, el empeño de Michael Bull por colocar al iPod como icono de la cultura portátil del oyente urbano, no tiene mucho sentido, a no ser que sea para legitimar a un grupo reducido de consumidores, pues debemos recordar que el iPod solo podía organizar los archivos mediante la interconexión con iTunes, y que más tarde podían comprarse pistas sueltas en la tienda iTunes Store, softwares que curiosamente solo funcionaban con ordenadores de la marca Apple. Apple se había creado un grupo de seguidores gracias a los ordenadores Macintosh y lo Apple I, II y III. Lo que es igual que decir que la gran mayoría de compradores de iPod ya disponían de un Mac. Pero la realidad era bien distinta, puesto que la gran mayoría de los usuarios del planeta manejaban reproductores de MP3 portátiles genéricos, más baratos que los iPods y repletos de música que no se compraban a peso en ninguna tienda sino música pirata bajada de plataformas de internet⁵⁶. Para más inri, debemos tener en cuenta que los estudios de Michael Bull se centran exclusivamente en Estados Unidos, dejando de lado otros fabricantes importantes procedentes de China, Japón, Corea del Sur, y algunos países europeos.

Si el iPod y los reproductores de MP3 transportaban al usuario a su burbuja auditiva emancipándolo del mundo exterior, el teléfono resulta ser todo lo contrario, una puerta abierta a un universo conformado por familia y los amigos, las empresas, la publicidad y el marketing, la cultura del ocio. Por tanto, la conectividad es sinónimo de canal abierto, una vía de entrada a nuestra vida privada y nuestro tiempo de ocio. Cualquier otro dispositivo de escucha auricular que nos aleje del internet tenderá a favorecer una privatización, al manejo y al autocontrol del espacio, el tiempo, y los contenidos que se consumen.

Si volvemos al informe del IFPI citado anteriormente, vemos que contiene ocho imágenes de las cuales siete muestran a jóvenes portando auriculares y en actividades fuera del hogar. De esta manera podemos validar lo que en este trabajo hemos dado en llamar escucha portátil, individualizada, urbana y compartida con otras actividades cotidianas. Una rápida mirada al paisaje urbano de cualquier país desarrollado muestra individuos que escuchan música con

⁵⁶ Tampoco hay que olvidar que Buena parte de los iPod estaban copados de mp3 descargados ilegalmente de las redes de pares.

auriculares. Pequeños seres autómatas que construyen mundos propios con un doble pero paradójico objetivo: alejarse de su entorno inmediato convirtiendo a la música en metáfora, al mismo tiempo que sentirse protegido por la cercanía que supone escuchar la música doméstica favorita en espacios públicos.

El iPod de Apple se proclamó a partir del año 2001 el mejor soporte para la escucha privada. Como infiere Bull, el usuario de iPod se esfuerza por alcanzar un nivel de autonomía en el tiempo y en el espacio mediante la creación de una «burbuja auditiva privatizada»⁵⁷. Pero el iPod solo recorría el camino desbrozado por el Walkman y los MP3 portátiles⁵⁸. Lo que sí diferencia el iPod de sus antecesores es que se utilizó a modo de marca de distinción y alienación⁵⁹. De hecho, los usuarios de iPod a comienzos del siglo XXI eran minoritarios, aunque el bombo mediático y los mecanismos publicitarios tendieron a remarcar la originalidad y exclusividad de la firma estadounidense.

El iPod añadía algo inédito al paisaje sonoro del nuevo milenio: los consumidores se acostumbraron cada vez más a la presencia de los medios de comunicación en sus entornos privados⁶⁰. No sólo bastaba con aislar al individuo fuera del hogar sino también dentro. Fuera del hogar, en la gran ciudad, se configuraron tantos espacios privados de escucha como auriculares circulaban por la vía pública. Si a comienzos de los ochenta existía la convención tácita de que el uso de auriculares representaba una falta de respeto a los presentes, en la era de los MP3 portátiles y del iPod, la escucha privada, esa construcción de burbujas auditivas privatizadas a las que se refiere Bull, se convertiría el símbolo distintivo de la posmodernidad.

El oyente preocupado por personalizar su música ya existía desde los años ochenta. Se trataba, una vez más, de los usuarios del Walkman de Sony y más tarde incluso de los usuarios de

⁵⁷ «[...] *the iPod user struggles to achieve a level of autonomy over time and place through the creation of privatised auditory bubble*»; BULL, *No dead air...*, p. 344.

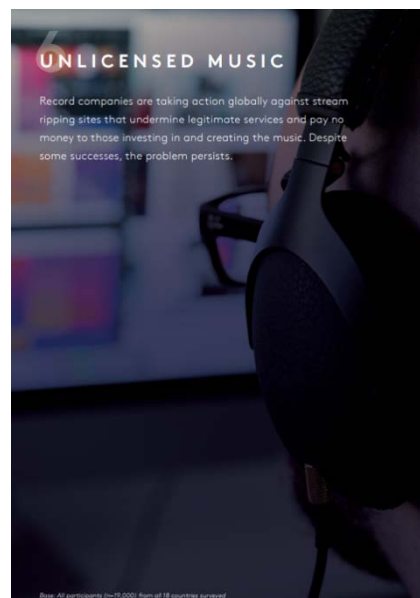
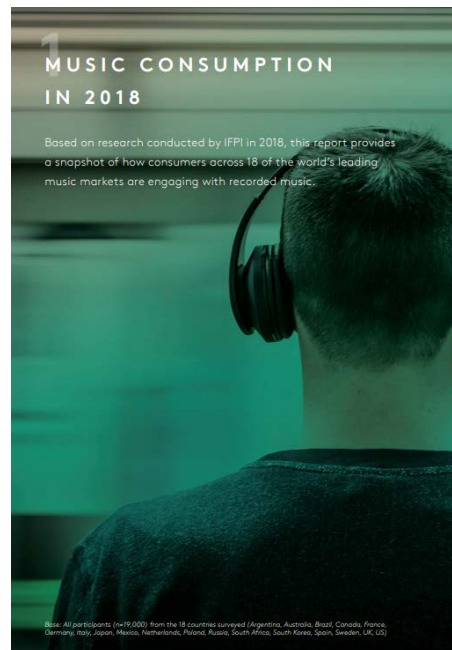
⁵⁸ El Mp3 portátil pasó de 850.000 unidades vendidas en 1999 a 200 millones en tan solo diez años. El mayor salto cuantitativo se produjo entre 2004 y 2005, pasando de los 26,4 millones de unidades de MP3 vendidas a los 140 millones. El MPMan de Saehan Information Systems con una memoria interna de 32 MB fue comercializado en el verano de 1998 con un precio de 400 dólares. Poco después Diamond Multimedia lanzó el Rio PMP300 en septiembre de ese mismo año, algo más barato que el MPMan. No sería hasta el año 2000 cuando aparece un MP3 con un disco duro de 6 GB y del tamaño de un discman cuando podemos afirmar que el reproductor portátil de MP3 se convierte en la opción idónea quienes deseaban digitalizar su discoteca doméstica privada y llevarla en el bolsillo. Un año después, en el 2001, surge la primera versión del iPod de Apple. Si bien es cierto que el iPod no deja de ser un reproductor portátil, las ventajas frente a sus adversarios (diseño más elaborado y exclusivo, mayor capacidad de almacenamiento, fácil de usar y pequeño) le hicieron muy popular enseguida, sobre todo a partir de su segunda generación de reproductores. Ahora bien, a pesar de que el iPod obtuvo un rotundo éxito gracias a la inversión promocional, el grueso de las ventas totales de reproductores de MP3 procede de los que podríamos llamar genéricos, o si se prefiere de marca blanca.

⁵⁹ BULL, *Sound Moves...*, p. 12.

⁶⁰ BULL, *¡No dead air!*..., p. 345. Bull toma como referente a Georg Simmel que en sus escritos reconocía que los entornos urbanos proporcionaban condiciones sin precedentes para el crecimiento de la libertad personal debido a su propio anonimato. De esta manera el asilamiento se asoció enseguida con el individualismo; vid. BULL: "iPod use, meditation, and privatization" en *The Oxford Handbook...*vol1, pp. 110-112.

discman y los MP3 portátiles de finales del siglo XX. Es más, el exquisito ritual que exigía la preparación de la escucha en un Walkman no se daría en ninguno de los aparatos posteriores. No fue el iPod el que revolucionara la escucha para crear un oyente individualizado, urbanita, que se desplaza por la ciudad imaginando mundos propios para excluirse del ruido real. Esta fue tarea una tarea asumida por Walkman en los ochenta.

Imagen 13. Varias capturas de algunas de las páginas del I informe IFPI 2018.



Páginas 1 (arriba a la izquierda), 3 (arriba derecha), 7 (abajo izquierda) y 8 (abajo derecha) del informe IFPI del 2018. Las cuatro imágenes representan a jóvenes en actitudes de escucha individual (no compartida), con auriculares, y realizando diferentes actividades: entorno urbano, esperando al metro, haciendo ejercicio físico y compartiendo tareas frente al ordenador.

En una línea semejante a la de Bull, la socióloga australiana Judy Wajcman, argumenta que el uso del teléfono móvil como medio para escuchar música con auriculares, además de una forma de mitigar la sensación de aburrimiento, también «ofrece nuevos espacios de distanciamiento y autonomía, permitiendo a la persona estar presente, pero a la vez ausente o apartada»⁶¹. Aislarse del mundo y volver a él cuando plazca, ese es el propósito; aunque dentro del espacio social urbano dibujando un nuevo espacio de comunicación en el que se comparte el espacio visual pero no el aural, en el que se comparte nuestra presencia física pero no la psíquica. Este es uno de los grandes legados históricos de los valores hedonistas del individualismo y la consiguiente demanda simultánea de privacidad, el deseo predominante de quedarse solo, aislado dentro de la cultura urbana⁶².

En el vértice opuesto a esta idea de la hiperindividualización, otros autores piensan que los dispositivos móviles como el iPod o los teléfonos móviles son sistemas que, por el contrario, favorecen la socialización entre los más jóvenes. Por ejemplo, Maia Bergh y Tia DeNora critican que Bull se centre en los aspectos exclusivamente individualizadores de estos aparatos, y afirman que son muchos los momentos en los que los jóvenes los usan para acercarse a sus semejantes y establecer puentes de interacción. Piensan estas investigadoras que lo único que ha cambiado es simplemente el medio que provoca la interacción y que se han abierto nuevos medios para la comunicación.

Ahora bien, debemos advertir que ambas propuestas, Bull por un lado y Bergh y DeNora por otro, se refieren a contextos y situaciones distintas⁶³. Bull describe un escuchante móvil, urbana que se desplaza constantemente hacia el trabajo o la universidad, que lo utiliza para hacer recados o compras, mientras que Bergh y Denora se refieren exclusivamente a jóvenes que comparten momentos de socialización estáticos, como el encuentro en el parque, una excursión o los transportes escolares y públicos.⁶⁴

Más aún, cuando los niños y los adolescentes comparten uno de sus auriculares con un amigo, lo importante no es la escucha atenta, sino el simple hecho de compartir la música como acto de socialización. Esto se da más entre las niñas, pues los niños prefieren los videojuegos

⁶¹ WAJCAMN, *Esclavos del tiempo...*, p. 218.

⁶² BULL, *Sound moves...*, p. 50.

⁶³ ARILD BERGH, TIA DENORA y MAIA BERGH: "Forever and ever: mobile music in the life of young teens" en *The Oxford...* Vol.1, pp. 317-334. Cuando Bergh y Denora escribían este artículo, plataformas como Pandora o Spotify comenzaban a imponerse en la cultura de masas.

⁶⁴ Para más información sobre las formas de escucha como centros de socialización en niños de primaria véase BICKFORD, TYLER: "Earbuds are Good for sharing; children's headphones as social media at a Vermont school" en *The Oxford Handbook... Vol. 1*, pp. 335-355.

en consolas o teléfonos. No es importante tanto la escucha como compartir la música para reafirmar las señas de identidad. Los jóvenes buscan precisamente dejar libre un oído para poder charlar sobre la música que escuchan o cualquier otra cosa a modo de música ambiental. En este caso, el auricular es la excusa perfecta para la pequeña interacción, no para el aislamiento. Incluso el cable del auricular podría simboliza un cordón umbilical. Pero para que este tipo de interacción se pueda dar, los oyentes deben permanecer estáticos. Las diferencias generacionales entre nativos y adoptados digitales marcarán los procesos socializadores y las prácticas tecnológicas y aurales.

Un ejemplo de construcción de identidades sociales y de interacción digital lo ofrecen programas como *Push!Music* y *tunA*, que permiten compartir música con las personas que están cerca, conectados mediante redes inalámbricas que sustituyen al obsoleto *Bluetooth*. Algo similar ocurre cuando se comparten las *playlist* de las plataformas de *streaming*. Si bien es cierto que este tipo de prácticas solía darse con mayor frecuencia entre los más jóvenes y nativos digitales, cada vez se trata de una práctica extendida entre generaciones de edades superiores.

Compartiendo la postura de Bergh y Denora, Martin Scherzinger argumenta que «lejos de engendrar fragmentación social a través de un consumo cultural cada vez más aislado, las tecnologías móviles pueden atravesar por igual las interconexiones entre entornos físicos y virtuales que multiplican los encuentros sociales, fomentan la comunidad e incluso resisten a los órdenes sociopolíticos de las cosas»⁶⁵.

Así entendida, la escucha individual online tiene un fuerte componente de socialización no presencial. Unas relaciones que se dan en el lejano campo virtual del ciberespacio. Las plataformas de *streaming* permiten la creación de listas de reproducción individualizadas que a su vez pueden ser compartidas con la comunidad de internautas, generando así redes de interacción retroalimentadas, mucho más democratizadas y omnívoras. Aunque nunca haya sido bien visto, en realidad algo parecido ocurría con el intercambio de casetes y discos compactos, pero, y sobre todo, con los sistemas de pares. Las copias caseras y el intercambio de música en red cimentaron nuevos modos de socialización entre iguales, alimentando un gran abanico de músicas susceptibles de ser compartidas entre públicos muy diversos.

También en contra de la opinión de Bull y la mía propia, se muestra el profesor de sociología de la University of York, David Beer, quien no cree que la escucha portátil a través de las

⁶⁵ [Far from begetting social fragmentation through increasingly isolated cultural consumption, mobile technologies may equally navigate interfaces between physical and virtual environments that amplify social encounters, foster community, and even resist the socio-political orders of things]; Vid. GOPINATH, *The Oxford...* Vol1. p, 84.

tecnologías digitales sea capaz de crear zonas de exclusión, sino que permite a los usuarios «remix the city», ayudando a sintonizar activamente varios elementos preestablecidos con el paisaje urbano⁶⁶. De esta manera el oyente puede entrar y salir de la realidad urbana a través de su propio paisaje sonoro cuando le plazca⁶⁷. Y para ello usa su cuerpo, pues su cuerpo es, como afirma Leppert, «simultáneamente lugar, vista y posesión de la vista, es objeto de sensación táctil y un fenómeno auditivo [...] El cuerpo suena: es audible; oye. El sonido constituye la atmósfera que sostiene y confirma la vida en y sobre el terreno del cuerpo»⁶⁸: un hecho que confiere plena autonomía al oyente de dispositivos portátiles.

Tampoco Tyler Bickford participa de las ideas de Michael Bull sobre la escucha portátil y el uso del MP3 como aparatos de individualización. Junto a los ya citados Arild Bergh y Tia Denora, Bickford colabora en el libro *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*. Todos ellos defienden la tesis de la socialización en la era de la música digital en el capítulo titulado “Children, adolescents, and mobile music listening”. Consideran que a medida que nos hacemos mayores nuestra necesidad de interacción social se vuelve más controlada y somos capaces de entrar y salir de los contextos de socialización con una mayor regulación. Por el contrario, para los más pequeños es necesario sentirse cómodos en su grupo de iguales, no menos importante que para los adolescentes. Tecnologías como el teléfono móvil ayudan a consolidar esos vínculos, según estos investigadores.

Considero que la escucha no debe ser entendida al margen de los cambios y los procesos sociales. La escucha personalizada mediante el uso de auriculares tiende a eliminar por un lado algunos de los procesos de socialización que podríamos llamar tradicionales, propios de las generaciones que nacieron y vivieron en buena parte de la modernidad sólida baumaniana. Pero por otro lado fomenta un tipo de interacción virtual (hiperreal o simulada en el sentido de Baudrillard) que se corresponde con las generaciones nacidas en la era digital. No podemos olvidar que buena parte de la sociología contemporánea considera que la posmodernidad alimenta un tipo de conductas que tienden a aislar al individuo. El Walkman surgió en los albores de la posmodernidad, justo en el momento que es tomado como el punto de inflexión en la

⁶⁶ Vid. GOPINTAH, *The Oxford...* Vol1, p. 83.

⁶⁷ Para Richard Leppert, el paisaje sonoro se forma a través de la conjunción entre la vista y el oído. Es externo al sujeto humano pero interiorizado a través de la vista y el oído. Vid. LEPPERT, RICHARD: “Reading the sonic landscape” en STERNE, *The sound studies...*, pp. 409-418.

⁶⁸ LEPPERT, RICHARD: *The sight of sound. Music, representation, and the history of the body* (Estados Unidos, University California Press, 1995), p. XIX: «The body, simultaneously site, sight, and possessing sight, is an object of tactile sensation and an aural phenome-non. The body sounds: it is audible; it hears. Sound constitutes the atmosphere supporting and confirming life on and in the terrain of the body. The ether of aurality is vital; it is constitutive of noise, language, and music. The body is a sight and a sound (and more, but these two are my concerns); the body is sighted and hears; the body sees and makes audible». [Traducción propia].

consolidación de nuevos paradigmas. El MP3 portátil y el iPod, junto a las redes P2P, las redes sociales y el uso masivo de internet, desde la última década del siglo XX y la primera del XXI, aceleraron estos procesos de individualización gracias a la personalización de los contenidos y los modelos de acceso a la información. No tengamos en cuenta exclusivamente los usos tecnológicos sin traer a colación los sucesos, ideologías y actitudes con los que son manejados.

Teniendo en cuenta que escuchar música grabada requiere de altavoces que amplifiquen la señal de audio, el auricular no deja de ser un pequeño altavoz introducido en el pabellón auditivo. Cuando los jóvenes comparten uno de los auriculares con sus amigos, el tipo de interacción comunicativa que se lleva a cabo es la del cara a cara, el tú a tú, ya que se comparte el espacio físico y el tiempo. Por el contrario, las interacciones que suponen la comunicación uno a todos, y todos a todos en la música grabada, son más propias de la cultura del altavoz. A fin de cuentas, la escucha portátil con auriculares tiende a la personalización de la escucha, o como mucho la interacción social entre dos personas, por lo que resulta difícil asumir que los auriculares se utilicen para socializar⁶⁹.

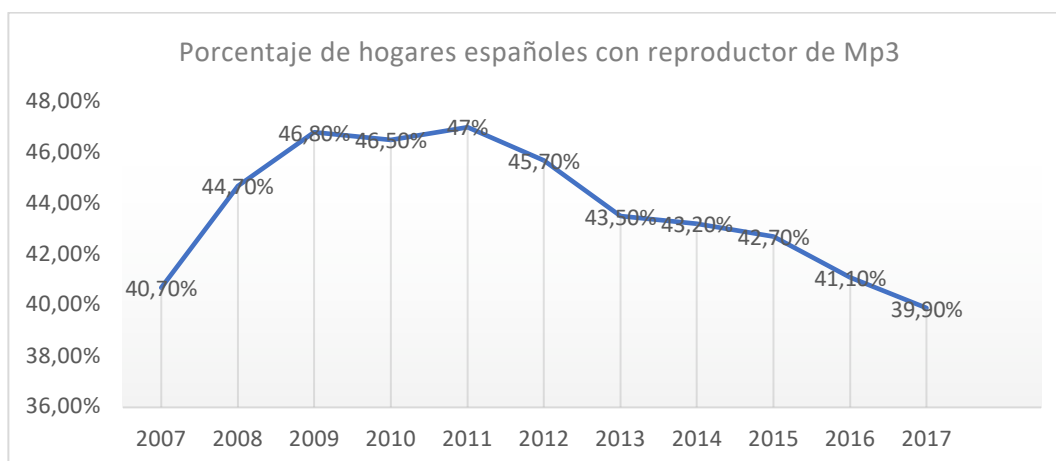
La mecha de la escucha individual prendió a comienzos del siglo XX y se avivó en las décadas de 1920, 1950 y 1980. Lo único que hizo Steve Jobs con el iPod fue avivarla para sacarle partido económico. Aunque ya se había probado algo parecido exhalado el siglo XX, Steve Jobs ofrecía algo distinto, una tienda online para la descarga legal de pistas sueltas de música. Sólo faltaba que para que la tienda iTunes Store llegase a tener éxito global, Jobs debía llegar a acuerdos con las principales discográficas del planeta creando así un nuevo modelo de acceso y venta de música que marcaría la futura senda del *streaming*. Si algo debe aplaudirle la industria del disco a Apple es que preparó el terreno a un nuevo modelo de acceso completamente regulado, que ayudó en la recuperación del control que la industria había perdido con las redes de pares.

En tan solo seis años, el periodo 2003-2009, los ingresos digitales de la industria mundial pasaron de 20 millones de dólares a 420 millones. Mientras, Steve Jobs participaba de un doble negocio: por un lado las ganancias provenientes de la compra de archivos en su tienda, por otro,

⁶⁹ Véase <https://www.youtube.com/watch?v=ZPIIALdtgFI>. Se trata de un video en el que el jugador de fútbol americano Colin Kaepernick viaja en un autobús hacia el estadio. Casi al llegar se encuentra un grupo de personas que le insulta y le quiere agredir. Un hombre orina el autobús en el que viaja, otros les tiran objetos y basura y un grupo de gente revienta el parabrisas del autobús con una nevera portátil. El ruido es intimidador, pero Kaepernick, seguro de sí mismo, saca sus auriculares de la marca Solo2 que al colocárselos, casi lo aíslan por completo del ruido exterior. Luego activa su reproductor de Mp3 y comienza a sonar "The man", del grupo Aloe Blacc. Desaparece cualquier rastro de violencia y la letra de la canción (Well you can tell everybody / Yeah you can tell everybody / Go ahead and tell everybody / I'm the man, I'm the man...) junto al uso de los auriculares, conducen a Kaepernick al solipsismo y la intersubjetividad, pasando del mundo real a uno imaginario.

los ingresos facilitados por sus famosos reproductores iPod⁷⁰. Jobs todavía formaba parte de ese grupo de personas que nacieron en la época del culto al objeto propio de la modernidad sólida y el capitalismo industrial. A comienzos del siglo XXI nadie era consciente de que el mundo se dirigía hacia nuevos modelos de mercado a través del acceso y de la computación en la nube.

Gráfico 9. Hogares españoles con reproductores de MP3 en la década 2007-2017.



Fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/719838/porcentaje-de-viviendas-con-mp3-o-mp4-espana/>

A pesar de la oposición de especialistas como Tia DeNora, Tyler Bickford y Arild Bergh, mayoritariamente, la escucha individual por cascos se usa consciente o inconscientemente para evitar el contacto con los demás, con el objeto de suprimir ruidos ambientales y/o para conformar mundos propios imaginados⁷¹. En el libro *The Cambridge Companion to music in digital culture* editado por Nicholas Cook, Sumanth Gopinath sostiene que: «En un mundo en el que una gran parte de los dispositivos de audio de consumo (ya sean teléfonos inteligentes, auriculares, altavoces inteligentes, etc.) dependen de formas de cancelación de ruido controlados algorítmicamente, escuchar música y escuchar lo que se quiere se ha convertido en un espectáculo de autoestima»⁷². El espacio físico compartido se torna un espacio subjetivado que reafirma el yo convirtiendo la escucha en un espectáculo público. Señala Bull que la escucha individual

⁷⁰ Informe IFPI 2010, en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

⁷¹ Megías y Rodríguez apuntan que para los jóvenes y en líneas generales, en el hogar se produce una escucha con músicas más tranquilas, íntimas y reflexivas, mientras que fuera del hogar los estilos tienden a ser más bailables, alegres y participativos. Vid. MEGÍAS QUIRÓS, IGNACIO y ELENA RODRÍGUEZ SAN JULIÁN: *La identidad juvenil desde las afinidades musicales*, (Madrid: Instituto de la Juventud-INJUVE, 2001), p. 36.

Bauman explica que el hombre en la modernidad líquida tiene miedo al pobre, al migrante, al desahuciado, al refugiado, etc., al que llama “otro”. Vid. BAUMAN, ZYGMUNT: *Miedo Líquido* (Barcelona: Paidós, 2015 [2006]).

⁷² COOK, NICHOLAS, MONIQUE M. INGALLS y DAVID TRIPPETT (eds.): *The Cambridge Companion to music in digital culture* (Gran Bretaña, Cambridge University Press, 2019), p. 103.

permite al usuario priorizar con éxito su propia experiencia personal, intrapersonal y geográfica. La experiencia urbana se convierte de esta manera en una experiencia tecnologizada. Y viceversa, la experiencia tecnológica se convierte en experiencia urbana⁷³. Así, las tecnologías del sonido afectan directamente tanto a las relaciones en los espacios que habitamos como las relaciones interpersonales.

Este argumento también es defendido por William Mitchel (2005) quien se detiene en los efectos potencialmente distractores de las tecnologías móviles en términos de un mayor control ambiental, articulando, regulando y manipulando sus propias narrativas personalizadas en un contexto de separación parcial del entorno inmediato real y en ocasiones como potente vínculo entre lo real y lo virtual⁷⁴. En una línea similar, el profesor Martin Scherzinger, concluye que los dispositivos móviles cultivan, en lugar de coartar, nuevas modalidades de estar y pensar en el entorno físico, fomentando así una relación posiblemente más consciente y comprometida con uno mismo⁷⁵.

En ocasiones el uso de auriculares no tiene como objetivo huir de los demás sino recuperar parte del tiempo de privatización, el tiempo perdido o robado por las obligaciones y situaciones en las que los auriculares no tienen cabida⁷⁶. Un tiempo personal robado por el trabajo, el colegio, la universidad u otro tipo de obligación. Se trata de recuperarle el tiempo perdido a la escucha de música, aislándose, un tiempo que podría ser frustrado por el deseo de otros a interaccionar. El auricular ayuda recupera este tiempo.

Para algunos oyentes también se trata de recuperar el propio espacio. El espacio físico real obliga inevitablemente al oyente a volver al mundo sonoro del que pretende huir. Por ejemplo, los avisos de las salidas y llegadas en una estación de metro, tren o aeropuerto lo interpelan urgentemente, lo sacan de su burbuja imaginaria para traerlo de nuevo al mundo real. Para estos oyentes, volver al mundo real de manera abrupta tiende a increparle e incomodarle, pues le obliga por unos instantes a recuperar un mundo al que no desea pertenecer en ese momento. Cuando la obligación de escucha emergente desaparece, los oyentes privatizados recuperan sus espacios subjetivados.

⁷³ BULL, *Sounding...*, p. 9.

⁷⁴ Vid. GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 1 (New York, Oxford University Press, 2014), pp. 81-84.

⁷⁵ *Ibid.*, pp. 82-83.

⁷⁶ BULL, *Sound moves...*, p. 59. «The use of an iPod isn't primarily about the disregarding of others; rather, it concerns the reclaiming of the user's time in urban culture. In the busy and multiple schedules of iPod users commuting time represents time reclaimed in which users relax and enjoy themselves through listening to favourite tracks or yesterday's downloaded radio programme or a recently purchased talking book».

El factor de escucha individualizada no sólo está amparado por las aplicaciones tecnológicas —especialmente por la miniaturización, la portabilidad y la manejabilidad—, sino que encontramos factores en las mismas estructuras de socialización. No debemos olvidar que las prácticas autónomas que los individuos mantienen gracias a la tecnología pueden —y de hecho así ocurre—, desviarse a nuevos modos de uso que distan de las funciones y objetivos originales pretendidos por los fabricantes. La banda sonora de la vida la marca cada uno de forma independiente, aunque ello no se vincule exclusivamente al desapego social. La tecnología sólo es un factor coadyuvante en la progresiva individualización emocional del entorno que necesita del desapego. Una pérdida en el sentido de *communitas* alimentado por la condición posmoderna.

Vengo defendiendo que las tecnologías y los cambios de paradigma social en la posmodernidad han deconstruido parte de las tradicionales relaciones del espacio público. Pero ¿y qué ocurre en el espacio virtual? La era digital ha deslocalizado el espacio y el tiempo a la vez que ha descorporeizado las relaciones físicas. La era digital ha creado espacios virtuales cuyas consecuencias y eventualidades todavía somos incapaces de advertir por completo. Se han constituido redes que conectan a individuos de todo el globo capaces de verse, hablarse e intercambiar datos a gran velocidad. La era de la suprema conectividad trae la paradoja del aislamiento físico y la cercanía virtual. Nunca como ahora estuvimos tan lejos unos de otros en un mundo tan interconectado.

Bull expresa esto a través de los términos caliente (que significa próximo o inclusivo), y frío (que significa distante o exclusivo): «Cuanto más calentamos nuestros espacios privados de comunicación, más frío se vuelve el ambiente urbano, fomentando así el deseo y la necesidad de comunicarnos con otros ausentes o de comunicarnos en privado con los productos de la industria de la cultura»⁷⁷. Es decir, las tecnologías multimedia y los medios de comunicación portátiles proporcionan a los ciudadanos hiperindividualizados los medios necesarios para crear islas de calor comunicativo en los océanos de la frialdad urbana⁷⁸. Tecnologías como los iPods, los teléfonos móviles y los automóviles actúan según Bull, «como herramientas que permiten al ciudadano urbano moverse a través de los espacios fríos de la cultura urbana envueltos en un manto de calidez comunicativa, a la vez que contribuyen a la sensación de frío que les rodea»⁷⁹. Una especie de angustia paradójica que alimenta al mismo tiempo la individualización y la necesidad de relaciones.

⁷⁷ BULL, *Sound Moves...*, p. 9.

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ BULL, *Sound Moves ...*, p. 18.

Los iPods, los MP3 portátiles y los teléfonos móviles consolidaron una fase con una trayectoria histórica basada en la portabilidad, la miniaturización y la privatización del sonido que comenzó como atractivo recreo para las clases medias estadounidenses a comienzos del siglo XX mediante el uso del teléfono, el fonógrafo, la radio y el gramófono. Al fin y al cabo, todos estos aparatos cumplen sistemáticamente su misión de filtradores de sentidos mediante la potenciación de uno de ellos, la audición. Lo que ocurrió con aquellos que fueron diseñados para ser usados con auriculares es que terminaron siendo capaces de simular espacios propios y subjetivos, mapas personalizados del espacio circundante.

El vaivén diario de personas a través del espacio urbano está estructuralmente integrado en la cultura contemporánea y es con frecuencia una actitud deseada⁸⁰. «Para cada gran modalidad del signo, texto alfabético, música o imagen, la cibercultura hace emerger una forma y una manera de interactuar nuevas», indica incisivamente Pierre Lévy⁸¹. Aunque más que de una actitud deseada sin más, creemos que se trata de la asimilación de una actitud propia de la modernidad líquida, y por lo tanto una actitud construida e intencionalmente dirigida. Esta actitud deseada no surge sin más del propio individuo por mucha autonomía que crea le han concedido.

Este deseo de soledad en la urbe, esa privatización del espacio personal en la intimidad del hogar, cada vez se experimenta más junto a un compañero tecnológico en nuestras sociedades contemporáneas. Pero no se trata de un uso tecnológico *ad hoc*, sino que forma parte del nuevo paradigma social de individualización propio de nuestra inestable era digital y posmoderna. La privatización de la calle podría ser condición de la privatización de la vivienda, deduce Bauman. Y podríamos añadir que la privatización de la vivienda podría estar condicionada por la alienación del individuo. No hay más que observar a los distintos miembros de una unidad familiar consumiendo al mismo tiempo cada uno sus propios contenidos, en diferentes dispositivos y en distintos lugares de la casa.

El individuo posmoderno ha cambiado sus hábitos y formas de vida con respecto a los valores heredados de la cultura moderna⁸². La escucha individual de música debe entenderse dentro del contexto de los nuevos paradigmas de nuestras modernas sociedades líquidas⁸³. Acciones cotidianas como las labores del hogar, los deportes, caminar o coger el metro, son compartidas ahora con la escucha de música asociada a una imperiosa búsqueda por saciar nuestros deseos

⁸⁰ BULL: "Ipod use, meditation and privatization" en Gopinath, *The Oxford...* Vol 1, p. 106.

⁸¹ LÉVY, *Cibercultura...* p.122.

⁸² Vid. LIPOVETSKY, "Modernismo y posmodernismo" en *La era del vacío*, pp. 79-135.

⁸³ BAUMAN, ZYGMUNT: *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México, D.F: Fondo de cultura económica, 2015, [2011]), p. 123.

subjetivos, temporales o propiamente espaciales alejados del otro. Otra exigencia del hombre posmoderno que arraiga en sus aspiraciones y deseos, es la necesidad de satisfacción instantánea y ubicua. El capitalismo, haciendo uso de las fuerzas del marketing, la mercadotecnia y otras muchas técnicas, se encarga de crear la atmósfera necesaria que favorezca la necesidad simulada de satisfacer la ansiedad que conduzca al consumo inmediato y voraz del ocio. Un buen lema del posmodernismo podría ser algo así como, consumo luego existo.

Si la elección de unos géneros de música concretos nos ofrece información sobre determinadas prácticas sociales de las audiencias, no es menos importante atender al medio usado para su escucha, revelando no solamente las prácticas, sino la identidad y hasta las creencias⁸⁴. A resultas de ello, la escucha de música en las sociedades occidentales posmodernas revelan prácticas personalizadas de consumo y de individualización desde la década de 1980.

El sociólogo y filósofo francés Gilles Lipovetsky es uno de los pocos que relaciona lo que llama la «personalización» (léase individualización) de la era posmoderna con «la explosión musical» de las últimas décadas y la ubicuidad de la escucha del hombre posmoderno, todo ello favorecido por las innovaciones tecnológicas:

Del mismo modo que las instituciones se vuelven flexibles y móviles, el individuo se vuelve cinético, aspira al ritmo, a una participación de todo el cuerpo y los sentidos, participación posible hoy gracias a la estereofonía, el walkman, los sonidos cósmicos o paroxísticos de las músicas en la edad electrónica⁸⁵.

La personalización de las sociedades tardomodernas, dice Lipovetsky, vendrá dada por el deseo del individuo de «sentir más, de volar, de vibrar en directo, de sentir sensaciones inmediatas, de sumergirse en un movimiento integral [...]»⁸⁶. ¿Y no es este sentir más, como ya lo vimos, lo que Rifkin llamaba el capitalismo cultural del acceso a las experiencias? Para Lipovetsky la música se ha convertido en un «médium privilegiado del individuo personalizado, narcisista, sediento de inmersión instantánea»⁸⁷. En la era del acceso somos capaces de hundirnos «no sólo en los discos de moda sino en las músicas más diversas», fomentando el consumo omnívoro⁸⁸. En estas ideas de Lipovetsky encontramos buena parte de los temas que tratamos en esta tesis:

⁸⁴ J.L. CAMPOS, *Cuando la música cruzó ...*, p. 33.

⁸⁵ LIPOVETSKY, *La era del vacío*, (Barcelona, Anagrama, 2018, [1983]), p. 23.

⁸⁶ *Ibíd.*

⁸⁷ *Ibíd.*

⁸⁸ *Ibíd.*

- 1) la individualidad de la escucha gracias a los avances tecnológicos;
- 2) la música que está «constantemente a disposición» para una «inmersión instantánea» del individuo. (Una idea sorprendente ya que Lipovetsky publica *La era del vacío* en 1983)
- 3) el francés habla de los canales de distribución, convertidos en «un bien de primera necesidad»;
- 4) trata las diferencias entre «el hombre disciplinario-autoritario» propio de la era moderna y el «individuo posmoderno» en lo que se refiere a los lugares y tiempos de escucha;
- 5) también recalca la importancia de las innovaciones tecnológicas como puente hacia ese disfrute hedonista propio de la era posmoderna;
- 6) anticipa un hedonismo del hombre cuyo reflejo encontramos en la escucha individual, «personalizada» como él la llama;
- 7) también trata todo ello como una necesidad impuesta bajo el paraguas del afán de consumir del hombre posmoderno, ansioso por sentir más, por alcanzar más experiencias de una manera rápida e instantánea⁸⁹.

Por lo que hemos dicho hasta ahora, y con el gran apoyo que supone Lipovetsky, podría parecer que el empaquetado de las experiencias pertenece exclusivamente a la era posmoderna, pero esto no es así. Entre los originarios usos de las primeras grabaciones en cilindro ni siquiera se contemplaba la posibilidad de enlatar la música para venderla. Más bien vislumbraron potenciales usos para la preservación. Funciones tan dispares como testamentos y últimas voluntades, despedidas, recados, importantes mensajes que debían quedar almacenados, audiolibros para sordos, y un largo etcétera. En cierto modo estos usos trataban de dejar voz a la posteridad, no solo a través del lenguaje, sino de los timbres y los tonos de voz. Es decir, de la parte humana del mensaje. Algunas de estas grabaciones, al margen del uso familiar, trataron de compartir y mercantilizar algunas experiencias, haciendo de ellas algo único, disponible para su consumo repetido como algo placentero, chocante o simplemente recreativo⁹⁰. Y si la tecnología estaba siendo capaz de empaquetar experiencias, también se vislumbraría pronto su potencial para la difusión, el acceso y por supuesto, la mercantilización.

La radio y la TV primero, y el Walkman después, trocaron conductas y hábitos en los dos principales planos de los medios de masas, el del hogar y el de la ciudad. A diferencia de todos los aparatos anteriores, el Walkman ofrecía varias ventajas: presentaba una escucha portátil, dentro y sobre todo fuera del hogar (algo que ya hacía la pequeña radio de Sony desde la década de 1940), y además entregaba al oyente la grata oportunidad de una escucha a la carta, una

⁸⁹ *Ibid.*, pp. 22-23.

⁹⁰ STERNE, *The audible past...*, p. 241.

escucha en la que el oyente participa en la elección y la preparación. Portabilidad y escucha a la carta, una conjunción que nunca antes se había dado en la historia de la tecnología musical.

Hoy en día, el espacio compartido de escucha familiar iniciado en la era de la radio y de la Victrola ha desaparecido, a no ser que esté vinculado al visionado de programas de TV con contenido musical, el uso de internet o el visionado de películas. La suma importancia que adquirió la TV desde los años cincuenta, el video VHS en los ochenta y noventa, y el DVD desde finales de siglo, desplazaron el contenido aural favoreciendo el componente visual. El cine, la televisión, la cinta de vídeo y los medios visuales de la era digital han contribuido a que las sociedades acentúen el sentido de la vista por encima de la escucha, algo que veremos en el siguiente capítulo⁹¹.

Aunque como se dijo, la psicología de la escucha no es nuestro objeto de estudio, no podemos pasar por alto las palabras del filósofo y musicólogo Peter Szendy cuando recalca precisamente la subjetividad de la escucha. Dice Szendy: «me gustaría firmar mi escucha *como oyente*: me gustaría señalar, identificar y compartir determinado acontecimiento sonoro que *nadie más que yo*, de ello estoy seguro, ha oído nunca como yo. Lo afirmo sin dudar ni un momento»⁹². A pesar de que Szendy realiza el esfuerzo de hacernos entender su escucha, de compartir su escucha en su libro *Écoute. Une histoire de nos oreilles* (2001), en lo que él llama «me escuchas escuchar», es esta subjetividad precisamente la que nos aleja de emprender, aunque sea brevemente, un análisis de la escucha psicológica.

Acudimos de nuevo al sociólogo alemán Hartmut Rosa. Para Rosa, la *Resonancia* es el modo en el que el individuo se apropia del mundo al mismo tiempo que se sabe conocedor de su pertenencia a él. Es una especie de rebote empático y de transferencia mutua y continua entre el hombre y el mundo en el que habita y lo acoge. La solución a los problemas de la era tardomoderna a la triple aceleración planteada en su anterior libro *Alienación y aceleración* (2013), habrá que encontrarla en la resonancia pura entre el individuo y el mundo. Sería algo así como «afinar» la relación individuo-mundo. Según Rosa, la era tardomoderna está trasfigurando la relación del hombre con el mundo. El hombre establece una relación directa resonante con el mundo mediante su respiración, la comida y la bebida, la voz, la mirada y el rostro, con el caminar, el estar parado y el dormir, con el reír, el llorar y el amar. Aunque no hable de ello específicamente, en realidad está concediendo mayor importancia a los sentidos de la vista, el

⁹¹ Don Ihde defiende la tesis de que el exceso de importancia de lo visual en nuestro mundo contemporáneo nos viene dado desde la Antigüedad. IHDE, DON: *Listening and voice. Phenomenologies of sound* (State University of New York Press, 2007, [1976]), pp. 3-15.

⁹² SZENDY, *Escucha...* p., 29. Las cursivas son suyas.

tacto y el gusto como aquellas formas que nos mantienen en resonancia con el mundo. Sin embargo, y aunque los cite de pasada sin dedicarles un espacio concreto, no se centra en la posible resonancia a través del olfato y el oído. Cuando habla de música lo hace relacionándola con la voz, no con el oído. Además, llevando su libro el título de *Resonancia*, parece llamativo que ni tan siquiera tenga en cuenta el sonido y la escucha (o al menos el oído) como medio de relación directa con el mundo⁹³. Sí que tiene en cuenta la resonancia desde el punto de vista de la física acústica, de la fisiología⁹⁴. Resonar significa reverberar, resonar, volver a sonar, dice Rosa, pero no como repetición de varios sonidos sino como un único sonido emitido por un cuerpo vibrante que se prolonga en el tiempo bien como efecto de los rebotes, bien como efecto de la resonancia gracias a la vibración simpática. Simpatía y empatía comparten la raíz griega *pathos*, pero cambian su sufijo para referirse a una reunión o convergencia (*syn*) y al interior (*en* o *in*), respectivamente. Al tratar la música por un lado y el efecto de resonancia física por otro, creemos que Hartmut Rosa deja pasar la excelente oportunidad de tratar el sonido y la escucha del mundo como una de las mejores formas de resonancia entre el hombre y el mundo.

Aunque el filósofo, sociólogo y politólogo alemán no le dedica un espacio a la escucha, sí lo hace al rol de la música. Desde el punto de vista de la función y los efectos, confiere especial importancia a la música de fondo de cine que es convertida en *médium* a través del cual genera efectos de resonancia y «moviliza» al espectador. Algo que resulta curioso ya que, si por un lado concede a la música el don de ser una de las mejores actividades resonantes con el mundo, también se lo concede a la música de cine cuya función es la de servir al espectáculo.

A Rosa le parece «evidente que los sonidos, los timbres, ritmos y melodías transportan un excedente estético irreductible que va más allá de su carácter de signo y “significatividad”. Este excedente abre un terreno de experiencia que resulta inaccesible desde (otros) lenguajes o sistemas de signos»⁹⁵. Ahora bien, si hablamos del rol como aspecto funcional de la música, resulta difícil luego poder hablar de la estética o de la experiencia que supone la música como hecho transformador. (Recordemos la controversia entre función y estética a la que tanto se han referido Carl Dahlhaus y Hans Heinrich Eggebrecht).

⁹³ Lo hace, pero de soslayo y sin concederle la misma importancia que otros sentidos.

⁹⁴ ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]), pp. 215-240, «La teoría aquí desarrollada se protege de ello en la medida en que define la resonancia no como una noción material o sustancial, sino como un concepto estrictamente *relacional*: la resonancia describe una relación entre (al menos) dos objetos o cuerpos que se corresponde con las propiedades descritas por la física. En lo que refiere a una teoría de la relación con el mundo, la resonancia describe entonces un modo de ser en el mundo, es decir, un modo específico de entrar en relación entre sujeto y mundo», p. 217.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 126.

Al margen de la solución que ofrece el método epistemológico tradicionalista para la disyuntiva función-autonomía estética, podemos inferir que la música, es decir, la escucha de música, es para Rosa una práctica del ser humano individualizado que lo mantiene en contacto con el mundo, consigo mismo y con los demás. Rosa defiende la tesis especulativa de que la «especificidad de la música radica en que funda una forma muy específica de relación con el mundo», con lo que resulta altamente resonante⁹⁶. «Quien escucha música no puede decidir si la música está fuera o dentro de él: no se encuentra frente al sonido como el observador lo está frente al objeto observado, puesto que el sonido está en él mismo», subraya Rosa⁹⁷. Esto es lo mismo que decir que la música destruye la membrana que separa al hombre con el mundo.

Siguiendo a Peter Sloterdijk, afirma Rosa que la acción de escuchar música no está dirigida de la misma manera que «ver, agarrar o sentir». Es el propio oyente el que produce «el nacimiento de la intencionalidad»⁹⁸. Insiste en que «La vivencia de la música supera la división entre el sí mismo y el mundo, y la transforma en relación pura», un modo de relación con el mundo que excede a las acciones resonantes de la respiración, el comer o el caminar⁹⁹. Y concluye: «Solo desde esta perspectiva podremos comprender por qué la música posee el poder de modificar nuestro modo de estar colocados en el mundo (o nuestra “afinación”) y por qué cada tipo de relación con el mundo exige una determinada clase de música»¹⁰⁰.

En Hartmut Rosa vemos un análisis filosófico social que indaga en la relación del oyente con el mundo a través de la música. Poco antes de estas citas que hemos mostrado, Rosa critica el papel de los *mediaplayer*, la digitalización y las pantallas que llevan a prácticas «patológicas» de las que «resulta no ver en ellas el peligro de una potencial pauperización»¹⁰¹. Por lo que refiere en unos párrafos anteriores, parece estar hablando de la pauperización en las relaciones del individuo con el mundo, de las relaciones interpersonales como ejes de socialización física que «se ve reducida», en consecuencia, en la cultura. Rosa, entonces, no hace otra cosa que criticar la relación del hombre tardomoderno con el mundo cuando es a través de mediadores tecnológicos que crean burbujas de desconexión y de independencia con el propio mundo, y antepone las prácticas no mediadas, como la escucha de música en vivo. A la vista de sus afirmaciones, podemos intuir que Rosa es partidario de la escucha como un acto estético y

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ SLOTERDIJK, PETER: “¿Dónde estamos, cuando escuchamos música?” en Sloterdijk, Peter: *Extrañamiento del mundo* (Valencia, Pre-Textos, 2001), pp. 285-297

⁹⁹ ROSA, *Resonancia...*, p. 127.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 128.

¹⁰¹ *Ibid.*, p. 124.

contemplativo siempre que se trate de una actividad en directo, dejando al margen a la tecnología mediadora.

Usando el mismo sentido de resonancia entre el hombre y el mundo al que se refiere Rosa, afirmamos que escuchar es una forma de interiorizar el mundo, de hacerlo nuestro y de reconocer que pertenecemos a él. Escuchar es como el respirar y el comer, necesario para entender nuestras relaciones con el mundo natural y con los demás. Escuchar es inspirar con los oídos. Si existen sonidos naturales creados por naturaleza y otros artificiales creados por el hombre, los primeros nos unen a la tierra, los segundos a la humanidad. La música como tal, al estar hecha por el hombre, es un sonido artificial, un tipo de resonancia que relaciona a humanos con humanos y a humanos con el mundo, como quiere Rosa que sea. Suponemos que éste es el motivo por el cual concede a la música «el poder de modificar nuestro modo de estar colocados en el mundo», nuestra afinación con él.

En un sentido parecido al de resonancia de Harmut Rosa se expresa Anahid Kassabian en *Ubiquitous Listening* (2013) cuando asume la expresión «subjectividades distribuidas» (*distributed subjectivities*). Para Kassabian la individualidad conforma un campo subjetivo no individual. Una esfera en el que el poder se distribuye de manera desigual e impredecible. Un campo en el que las diferencias son necesarias y deseadas, y en el que, a través del flujo de información, se construyen respuestas afectivas comunes. Los canales de distribución para la conformación de estos campos se mantienen abiertos gracias al conjunto de músicas ubicuas (muzak, radio, televisión, etc.). Kassabian considera que todos somos nodos dentro de un mismo campo de distribución en el mismo sentido que se expresaba Manuel Castells (1996-98) con su término «sociedad red». Este conjunto de nodos (en el mismo sentido aplicado en la informática) tiene el potencial de aglomerar experiencias acumulables de afectos de una manera única en la historia de la comunicación¹⁰². La música omnipresente o ubicua viene de todas partes y de ninguna a la vez. La fuente del sonido de la música ambiental ha desaparecido de nuestra vista. La ubicuidad y la invisibilidad le llevan a Kassabian a proponer el término «escucha ubicua» para referirse a este modo de escuchar. Su pretensión es la de ofrecer un nuevo marco epistemológico de estudio sin decantarse sobre las bondades o los peligros de esta «música subjetiva distribuida por la audición»¹⁰³. Su planteamiento teórico sólo pretende desbrozar un camino que facilite la labor en campos de estudio sobre los sentidos, las teorías sobre el afecto (Kassabian a veces usa el término afecto como sinónimo de identidad) y los trabajos relacionados con la cultura digital.

¹⁰² Vid. KASSABIAN, ANAHID: *Ubiquitous listening. Affect, attention, and distributed subjectivity* (University California Press, 2013), pp. xxiv-xxx.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 9 y 108.

A priori, puede parecer que lo que Kassabian explica está en las antípodas de nuestra tesis sobre la individualización de la escucha. Sin embargo, Kassabian se refiere a la suma de individuos que conforman una identidad común y genera campos comunes en espacios también comunes y abiertos (ambientales, a través del aire y el paisaje urbano). Mientras, nosotros defendemos los procesos de consumo individual de la era de internet a través de los dispositivos de reproducción individual y de escucha personalizada. Es por ello por lo que la tesis propuesta por Kassabian no colisiona con la nuestra. En su teoría, además, encontramos el problema de que casi todos los ejemplos empleados para demostrar la subjetividad distribuida comportan una mezcla del espacio visual y el auditivo. Otro problema por considerar es que, y a pesar de poder ser tachados de marxistas por la propia Kassabian, esos mundos subjetivos a los que ella se refiere pertenecen en exclusiva a un grupo definido de viajeros de clase media y alta que circunda los centros urbanos de buena parte del globo y que, como en el ejemplo de Starbucks propuesto por ella, consumen elementos altamente globalizados. La multiculturalidad que ofrecen las nuevas formas de interacción global puede provocar tanto la modelización de conductas y productos como precisamente todo lo contrario, la exclusión de identidades que no provengan de las economías más poderosas.

Si Kassabian no se decanta por emitir determinados juicios de valor hacia la música ubicua, Tia Denora y Arild Bergh consideran que la omnipresencia de la música en la vida cotidiana genera un tipo de escucha subconsciente, máxime cuando ésta suena en los espacios públicos¹⁰⁴. Yo considero que escuchar una grabación puede ser un proceso activo o pasivo en función de una serie de factores. Pero lo que está claro es que la música grabada no ha acabado con los modelos tradicionales de escucha, sino que ha ampliado sus funciones, ha ayudado en la construcción de una gran variedad de identidades, ha democratizado el acceso a la música y ha ejercido un cierto control sobre los cánones, al mismo tiempo que ha engendrado otros nuevos.

Para DeNora y Bergh, la música que suena en los espacios públicos ayuda a democratizar la música. Sin embargo, como ya vimos cuando quisimos desmontar la escucha atenta, ocurre precisamente todo lo contrario. En realidad, la toma de decisiones sobre los tipos, el momento y hasta el volumen al que debe sonar la música en los espacios públicos, no es otra cosa que un buen de medio de control y poder. Un control que no sólo afecta al oído, sino a los sentidos, las conductas, la identidad e incluso la presión inconsciente que ejerce la música al animar al consumo. Y esto no ocurre solamente en los espacios públicos. Decidir qué se debe grabar, qué

¹⁰⁴ BERGH, ARILD y TIA DENORA: "From wind-up to iPod: Techno-cultures of listening en COOK, NICHOLAS, ERIC CLARKE, DANIEL LEECH-WILKINSON y JOHN RINK (eds.): *The Cambridge Companion to Recorded music* (Cambridge University Press, 2009), pp. 102-115.

músicas se deben promocionar, dónde usar altavoces, qué medios usar para la distribución, son sólo algunos ejemplos de las decisiones que implican hegemonía y poder. Como decía Jacques Attali en 1977: «Escuchar la música es escuchar todos los ruidos y darse cuenta de que su apropiación y su control es reflejo de poder, esencialmente político»¹⁰⁵. «Escuchar, censurar, grabar, vigilar son armas del poder»¹⁰⁶. El instrumento para la diferenciación perteneciente a la música en vivo ha devenido en instrumento de repetición de la música grabada.

En suma, la tecnología portátil puede ofrecer momentos de aislamiento social tanto en entornos conocidos como extraños, seguros como inseguros, en entornos en los que el oyente se mueve, y por último ofrece espacios para la socialización entre adolescentes y niños en contextos concretos destinados al esparcimiento ocioso y la interacción. Sirva como resumen de este apartado las palabras del profesor en teoría de la música Sumanth Gopinath: «En una época en la que más de 4.000 millones de personas están conectadas a internet, la música es también una medida de la relación del yo con una alteridad muy específica, una alteridad que a menudo toma la forma de otredad»¹⁰⁷. Veamos a continuación algunas de las formas adoptadas en la escucha de música y su relación con el yo individual y su la alteridad.

5.1.1. La cultura del auricular

Los músicos callejeros de Londres de mediados del siglo XIX llegaron a usar la música como medio de extorsión. No se trataba de pedir limosnas, sino de crear el ruido ambiente necesario para que la molestia a los vecinos y comerciantes fuera lo suficientemente exasperante como para que les pagaran a cambio de que se fueran a molestar a otro lado (Véase imagen 16). Algunos conseguían cobros regulares, al tiempo que el odio y la ira de buena parte de la clase media británica, incluido el propio Dickens¹⁰⁸. Algo parecido ocurrió más tarde cuando la música a través de altavoces se convirtió en un problema de orden público, sobre todo a partir de la primera mitad del siglo XX¹⁰⁹. Sustituir los altavoces por auriculares pasaría por ser la solución perfecta a este problema durante la segunda mitad. Así lo pensó al menos Akio Morita, cofundador de Sony.

Necesitas unos auriculares», rezaba imperativamente el título de la marca Brandes aparecido en la revista *Wireless Age* de mayo de 1925. Entre las ventajas aducidas por el anuncio se decía

¹⁰⁵ ATTALI, *Ruidos...* p. 14.

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 16.

¹⁰⁷ COOK, NICHOLAS, *The Cambridge Companion to music in digital culture... op. cit.*, p. 109.

¹⁰⁸ E. THOMPSON, "Noise and modern culture, 1900-1933" en *The soundscape...*, pp. 115-168.

¹⁰⁹ Véase BIJSTERVELD, KARIN: "A wall of sound: the gramophone, the radio, and the onise of neighbors" en BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008), pp. 159-191

conseguir sintonizar emisoras más lejanas, nacionales y extranjeras, pero lo más interesante a nuestros propósitos, también se promociona el poder escuchar sin molestar a los demás y anular el ruido proveniente de la habitación¹¹⁰. Este es uno de los primeros anuncios que no solo promocionaba un producto en plena éxtasis del consumo de masas, sino que vaticinaba toda una era centrada en la escucha individual (véase Imagen 17). Aún así, no sería la tecnológica Brandes quien acabase introduciendo el auricular en el mercado de masas. El uso del auricular desde la década de 1930 estuvo destinado casi exclusivamente a los profesionales de la radio y los estudios de grabación. Habría que esperar hasta 1979 para que el Walkman de Sony le diera la forma definitiva que hoy conocemos, cuyo éxito tendría repercusión definitiva entre los jóvenes urbanitas de los años ochenta y noventa de todo el mundo.

Imagen 14. *The Enraged Musician* de William Hogarth (1741)



“The Enraged Musician”, aguafuerte y grabado de William Hogarth (1697-1764) datado en 1741.

¹¹⁰ Vid. STERNE, *The audible past...*, p. 87.

Imagen 15. Anuncio de auriculares en la revista *Brandes* (1925)

You need
a headset

- to tune-in with
- to get distant stations — both domestic and foreign
- to listen-in without disturbing others
- to shut out the noise in the room — and get all the radio fun
- to get the truest and clearest reception — always

No one realizes these facts more forcibly than the makers of the famous Radiola IIIA. They include Brandes as standard equipment.

Be sure your set is Brandes equipped

Brandes
The name to know in Radio

Anuncio de Brandes para la revista *Wireless Age* de mayo de 1925. En la imagen se pueden observar las cuatro válvulas de amplificación incrustados en una caja con salida para auriculares.

A priori, y en contra de lo que estamos argumentando, podría parecer que la escucha a través de auriculares refuerza una escucha atenta, pues al aislar al oyente de los ruidos ambientales, al ayudarlo a metaforizar su mundo interno, el énfasis en los detalles de la escucha debería ser supuestamente mayor. Así parecía mostrarlo el anuncio de Brandes: aislarse del mundo exterior mediante una escucha con auriculares al tiempo que se eliminan los ruidos indeseados de la urbe o del propio hogar, focalizando toda la atención sonora en la escucha individual y centrada. Aunque muchas veces el auricular se haya estudiado como un medio para la evasión del mundo exterior o como un sistema de aislamiento y de protección, además de servir para el diseño en la simulación de paisajes ambientales personalizados y subjetivados, en el lado opuesto, también es cierto que los auriculares encierran y sumergen al oyente en una escucha atenta al tiempo

que reduce la acción de otros sentidos. También es cierto que esta escucha concentrada y relacionada con auriculares suele reservarse para entornos en los que el oyente se siente más protegido, como entornos familiares y laborales.

Ya vimos que la música del gramófono y de la radio ayudó en la conservación del modelo de escucha atenta proveniente de la sala de conciertos del silo XIX, a la vez que se intentaba mantener alejada a la música de baile popular de la esfera burguesa. El cine también ayudó a engrosar las listas de éxitos popularizando sencillos y bandas sonoras originales, así como en la consolidación de un consumo de masas hasta el punto de reducir el diletantismo y la práctica doméstica de tocar instrumentos. En palabras de David Suisman, en efecto, la llegada de estas tecnologías atenuó, reordenó y desdibujó las relaciones sociales de la práctica musical¹¹¹.

Una solución al problema del ruido ambiental en lugares públicos o las molestias causadas a los vecinos por la escucha de música vino definitivamente de la mano de Akio Morita, decidido a crear lo que él mismo bautizaría como la cultura del auricular¹¹². Las radios a transistores anteriores podían incorporar una salida para cascos, pero seguían vinculadas a un tipo de escucha ambiental amplificada en estancias fijas como el hogar o el lugar de trabajo. Fue Morita observando a su hija encerrada en su habitación escuchando música en un radiocasete a todo volumen y la puerta cerrada, y atendiendo a las quejas de su socio Ibuka por no poder oír música en cualquier lugar sin el riesgo de molestar a otros, cuando comenzó a trabajar en el diseño del Walkman, un reproductor ideado para la escucha individualizada que aislaba al oyente del entorno del ruido del exterior, a la vez que impedía molestar.

Pronto el Walkman se convertiría en el icono por excelencia de la escucha individual, no tanto por su función de reproductor de casete compacto en sí como por las inmensas posibilidades de escucha que abría en cuanto a ubicuidad y portabilidad. Nicholas Cook opina que el Walkman, un reproductor miniaturizado con baterías, «inauguró el concepto de equipo personal de música»¹¹³. Veinte años después, Steve Jobs lanzaba el iPod de Apple, aparato por el que Michael Bull presenta un especial interés privilegiando, erróneamente a mi juicio, sus intrínsecas capacidades dirigidas a la escucha individual. Lo que está claro es que tanto el Walkman como el iPod, y más tarde el MP3 y el teléfono móvil, representan una cultura propia de escucha individual, que adquiere sentido solo a través del empleo de auriculares. Luego, no es tan importante el aparato de reproducción como su modo de empleo.

¹¹¹ SUISMAN, *Selling sounds...*, p. 91.

¹¹² J. NATHAN, *Sony...*, p. 154.

¹¹³ COOK, *The Cambridge Companion to music...* p, 11.

El Walkman abrió un camino nunca transitado para el control de la escucha de música, hallando un perfecto nicho de mercado entre los jóvenes del *baby boom* menores de treinta años nacidos después de la Segunda Guerra Mundial. Qué escuchar, dónde escuchar y cuándo escuchar se convirtió, una vez hubo acabado con los convencionalismos educacionales, en una práctica habitual en los ochenta. Ahora bien, el camino hacia la individualización de la escucha se preparó a partir de algunos cambios relacionados con el consumo y las formas de vida desde los años cincuenta. Antes de la aparición del Walkman no se podía elegir lo que uno deseaba escuchar fuera del hogar, pues la férrea dictadura del repertorio venía impuesta por la radio. Si bien el auténtico potencial del Walkman radicaba en su portabilidad, aún más importancia tuvo el hecho de fomentar una escucha personalizada de los estilos. Recordemos que es en este periodo cuando surge una nueva sociedad de consumo de masas con el aumento de los salarios, que llevó a las sociedades desarrolladas a la estimulación de los deseos y la mitología de la felicidad privada, los ideales hedonistas y la creación de necesidades artificiales. El Walkman de Sony contribuiría así a la formación de una sociedad del ocio altamente tecnologizada que fomentaba el aislamiento individualista en las formas de consumo y los modelos de vida.

De entre todos los reproductores portátiles de los ochenta y noventa el Walkman se impuso con suma y aplastante facilidad. Era más pequeño que el discman, su lectura era ininterrumpida, y no saltaba la reproducción con los pequeños golpes o movimientos, como sí ocurría con el discman. El casete era sólido y duradero y disponía de una potente industria previa. Permitía grabaciones caseras desde la radio, el vinilo y el reproductor de CD. Ofrecía al oyente la posibilidad de elaborar popurrís propios por primera vez en la historia de la escucha. Al surgir las grabadoras de doble pletina apareció —para preocupación de la industria—, un mercado pirata de casetes que cuajaría con suma facilidad.

El discman salió al mercado en 1984 con la intención de aumentar la tecnología de la escucha privada. Diseñado también por Sony, su primer modelo, el D-5/D-50, destacaba por ser un reproductor digital de alta calidad. Sin embargo, era más grande que Walkman, la lectura del láser saltaba con cualquier pequeño golpe y había que llevar un estuche con varios CDs por si no se deseaba escuchar la misma música una y otra vez¹¹⁴. Uno de los *leitmotifs* más recurrentes en las campañas publicitarias de Philips y Sony consistió en señalar la portabilidad de la calidad que ofrecía el CD en un soporte cómodo y resistente¹¹⁵. La propia Sony —que hasta el momento distribuía exitosamente sus Walkmans, cintas de casete y discos—, pretendió sustituir todo un

¹¹⁴ Aunque se busco que el diámetro del CD midiese lo mismo que la diagonal de la cinta de casete, el CD era más aparatoso y delicado que la cinta de casete compacta.

¹¹⁵ *Scherzo*, octubre (1993), p. 46.

mercado centrado en el casete por el discman, pero nunca pudo dar la talla en cuanto a la manejabilidad y el confort que ofrecía el casete. Algo similar ocurrió a finales de siglo con la comercialización de reproductores portátiles de MP3: el MPM300 de SaeHan y el Rio PMP300 de Diamond Multimedia, ambos de 1998. Eran toscos, pesados, caros y con capacidad para no más de 10 o 12 canciones.

Imagen 16. Uno de los primeros anuncios del Walkman de Sony (1979)¹¹⁶

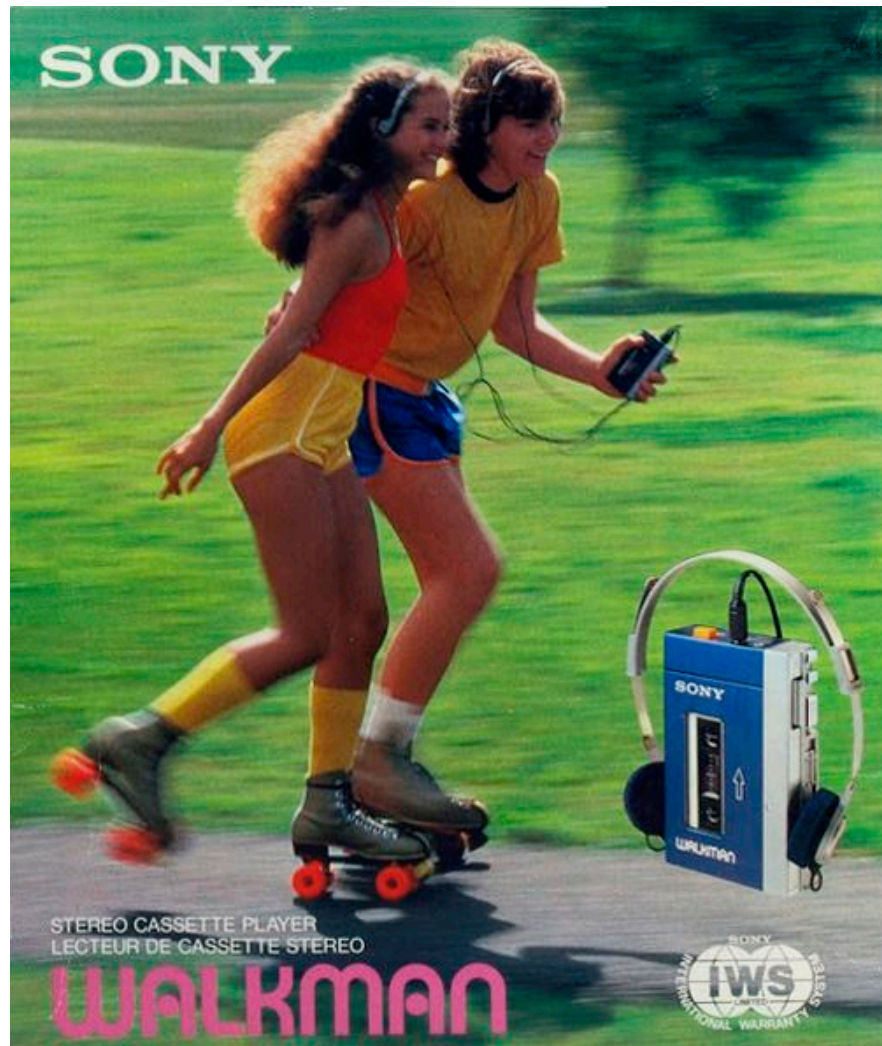


Imagen de la caja del primer Walkman de Sony del año 1979, el modelo TPS-L2.

¹¹⁶ El TPS-L2 de Sony fue creado por Akio Morita, Masaru Ibuka (fundadores de Sony) y Kozo Ohson. Se puso a la venta el 1 de julio de 1979 en Japón y se introdujo en Estados Unidos en junio de 1980. Con este producto no sólo se vendía un modo de escucha fuera del hogar, sino en movimiento y compartida. Algunos Walkman, como el de la imagen, se comercializaron con dos salidas de audio con conexión para dos auriculares, como una manera de compartir la misma música para dos personas, pero la venta del aparato solo incluía un par de auriculares, en concreto el modelo MDR-3L2. Incorporaba un botón de grabación gracias a un pequeño micrófono incorporado. Hasta que Sony se decidió por la denominación Walkman, los primeros aparatos se comercializaron en Estados Unidos como “Soundabout”, en el Reino Unido como “Stopaway” y con el nombre de “Freestyle” en Suecia¹¹⁶. Una de las estrategias de Sony consistió en contratar modelos que se paseaban por las calles de Tokio luciendo el Walkman.

Las revistas de la década de 1980 anunciaron auriculares de diadema de alta gama con calidad de CD, bajo un concepto de música digital que trataba de imponerse a la tecnología analógica. En las revistas de los ochenta y los noventa la escucha individual de música clásica con auriculares siempre estuvo vinculada al hogar. Por el contrario, la música popular de los jóvenes que utilizaron el Walkman primero y más tarde el discman, el MP3 portátil o el iPod, inundaban los entornos públicos urbanos. De esta manera, el mercado de los auriculares tuvo relación directa con la escucha individual tanto para un oyente doméstico que escucha música clásica conectado a su equipo Hi-Fi y sentado en el cómodo sofá, como para los jóvenes urbanitas que escuchaban música popular en sus reproductores portátiles.

La casete digital portátil, es decir el reproductor de cinta digital compacta (Digital Compact Cassette), también tuvo un pequeño espacio en las promociones de las publicaciones periódicas y las revistas, aunque su vida fue demasiado efímera. Entre las ventajas de la DCC destacaban el bajo peso, la facilidad de transporte y la resistencia a los choques. Esta resistencia a las sacudidas y a los golpes parecía situarlo en mejor posición que el discman. El sistema de lectura del DCC era igual que la cinta de casete por lo que su lectura era constante y sin saltos. Las publicaciones recalcan que la mayor ventaja del DCC consistía en que además podía reproducir las tradicionales cintas de casete magnéticas, con lo que las colecciones de los aficionados a la música no se echaban a perder.

Algo similar ocurrió con el Minidisc. Era más pequeño que cualquier otro dispositivo fabricado hasta la fecha y permitía grabar el sonido ambiente mediante un pequeño micrófono incorporado a la carcasa o con una entrada auxiliar para un micrófono externo. Pero ninguno de todos estos aparatos llegaría a alcanzar el éxito que tuvo el Walkman.

Desde 1998, ya en la era del MP3, la escucha con auricular en soportes digitales irá desplazando progresivamente al Walkman y eliminando al resto de soportes digitales que hemos visto. Aquella idea de Morita de crear una escucha que no molestara al resto mudó progresivamente durante las dos últimas décadas del siglo XX hacia una escucha privatizada y mucho más personalizada gracias al auge de los MP3 portátiles. Ya en la década de 1990, oír música en espacios públicos con auriculares había dejado de ser una convención social negativa.

Todos los fabricantes del mundo esperaban que fuese Sony la que continuara con su propia filosofía del mercado del audio, pero fue Steve Jobs quien supo recoger el legado de Morita lanzando su famoso iPod recién cruzado el nuevo milenio. Justo en este momento surgían también los primeros intentos de *streaming* por parte de empresas como MusicNet (BMG, EMI y Warner), Presplay (Universal Music y Sony) y la propia iTunes de Apple. Así, el modelo para

una escucha a la carta mediante suscripción, ubicua, constante e inmediata estaba totalmente preparada para comienzos del siglo XXI.

Las actuales plataformas y los servicios de streaming ofrecen una escucha personalizada y privatizada en cualquier momento y lugar del día que fomenta la escucha individualizada. Ahora bien, no toda la escucha digital es individual. Los jóvenes tienden a usar el altavoz de su teléfono móvil para compartirlo con el resto de los amigos, sobre todo en los espacios públicos. Compartir la música grabada es un rol de socialización importante para los más jóvenes y no tanto para los adultos. Este tipo de escucha amplificadora se asemeja a aquella escucha urbana estadounidense del rap en la cultura negra de los años ochenta, cuando sus aficionados portaban sobre el hombro el famoso Boombox: una moda que rápidamente se exportaría a otras ciudades de todo el mundo. Hoy en día siguen existiendo los Boombox, sólo que ahora se conectan al teléfono por bluetooth y son más pequeños.

El auricular ha sido utilizado para disipar, reducir o bloquear el ruido de ambiente de las ciudades, un medio para el aislamiento del entorno. También se usó para buscar un confinamiento espacial privatizado a través de la experiencia subjetiva en términos solipsísticos y estéticos, como ya hemos referido¹¹⁷. Tal es así, que algunas de las experiencias tienden a calificarse por los usuarios como si de una escucha aurática se tratara, capaz de crear dos universos distintos, el de la propia realidad que le rodea, y la construcción de paisajes sonoros subjetivos y privatizados transformados a la medida e imagen de cada oyente¹¹⁸. Por este motivo, el auricular proporciona un control sobre el espacio físico pero también en el espacio subjetivo.

Otro aspecto relevante de la escucha individual ya mencionado es la sensación de control del tiempo y el espacio en lugares públicos, o en aquellos sitios donde el oyente desea que el tiempo pase más deprisa. La escucha privada ayuda a sobrellevar y mantener el control en aquellos espacios de tiempo en los que nos sentimos incómodos; por ejemplo, en los viajes interurbanos o en trabajos repetitivos y monótonos. Se trata de un modo de lidiar con determinadas condiciones cotidianas o aburridas. Un medio que ayuda a mantener cierto control sobre la sensación del tiempo. Como arguye Lipovetsky sobre los medios de transporte: «Ya no se trata de ir más deprisa sino de hacer que pase más rápidamente el tiempo de los viajes y de permitir un mejor control subjetivo del tiempo»¹¹⁹. Se trata de un tiempo reapropiado,

¹¹⁷ BULL, *Sounding...*, p. 22.

¹¹⁸ En algunos países pronto se prohibió para los conductores y los ciclistas por el elevado número de accidentes que se llegaban a producir.

¹¹⁹ LIPOVETSKY, *La Felicidad paradójica...*, p. 100.

controlado y recuperado. El tiempo pasa subjetiva e individualmente más rápido merced al control de la escucha privada.

El oyente individual huye de la interacción en lugares donde pierde el control del entorno o incluso cuando se siente amenazado o interpelado. Esta forma de eludir la interacción y de buscar el aislamiento hunde sus raíces en los nuevos paradigmas y comportamientos de nuestras sociedades posmodernas.

Recordemos lo que dice el sociólogo alemán Hartmut Rosa en su concepto de *resonancia*:

un vínculo específico con el mundo, de carácter cognitivo, afectivo y corporal, en el cual ocurren dos cosas: por un lado, los sujetos resultan movilizados por un determinado segmento del mundo y, a veces, «conmovidos» hasta en su base neuronal; y por otro, ellos mismos actúan «responsivamente» influyendo en el mundo, experimentándose a sí mismos como eficaces; esta es la naturaleza del vínculo de respuesta, del «hilo vibrante» entre sujeto y mundo¹²⁰.

Rosa considera la música uno de los elementos más resonantes en el vínculo que se establece entre el individuo y el mundo. A propósito de esta resonancia, establece enmascaradamente una doble relación. A pesar de querer eliminar las fronteras existentes entre alta y baja cultura siguiendo a Christian Gerhaher (o cultura popular, como él la llama), por un lado, establece que la principal resonancia de la música clásica es la de «la contemplación, el entendimiento y la clasificación de vínculos con el mundo como la melancolía y la tristeza; así surge la felicidad estética»¹²¹. Esta concepción del arte establece un triángulo que vincula la obra con el artista y a este con el público. Por otro lado, y en dirección opuesta, se halla la resonancia que produce la música rock que es para el oyente un «fuerte fundamento motivacional» y emocional¹²². Rosa concede mayor grado de resonancia cuando la experiencia es compartida a través del concierto en vivo que cuando se trata de una experiencia individual. Resonancia que disminuye más aún con la experiencia vivida a través de la música grabada, sobre todo escuchada con auriculares. Cuando el individuo abandona la protección del hogar para salir a la calle:

La mirada se hunde y se fija en las superficies coloridas y cambiantes de las pantallas, mientras que los auriculares que enseguida nos colocamos en los oídos, posibilitan experiencias —o presentimientos— de resonancia que no tienen nada que ver con las relaciones corporales y sociales

¹²⁰ ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]), p. 213.

¹²¹ *Ibid.*, p., 378.

¹²² *Ibid.*

del mundo real. Este comportamiento pone de manifiesto que, de manera sistemática y corriente, no esperamos *ninguna* resonancia de las superficies reales, esto es, de los seres humanos, las cosas, los espacios y las relaciones que conforman nuestro mundo de la vida real. Nos cerramos para insensibilizarnos de las repulsiones y para poder soportar la indiferencia. Con estas estetizaciones, sin embargo, corremos el riesgo de generar nuestras propias «cámaras de eco», que sistemáticamente impiden la resonancia porque obturan el encuentro con otro que nos irrita y nos contradice¹²³.

La música escuchada con auriculares, entonces, conduce al sujeto al esfuerzo perverso de la alienación, algo que precisamente es lo opuesto al concepto de resonancia. El aislamiento, las burbujas auditivas privatizadas o las cámaras de eco impiden la capacidad de resonar del individuo posmoderno, quien cierra «sistemáticamente los sentidos y la percepción del mundo»¹²⁴. Ahora bien, cuando Rosa afirma que «en la institucionalización mercantilizada radica un hacer disponible que tiende a destruir esa fuerza [de resonancia]» no está sino certificando las tesis de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt con Adorno a la cabeza, a quien cita en varias ocasiones, por cierto¹²⁵.

En contra de esta tesis alienante de la escucha privada con auriculares, y a pesar de que el individuo esté buscando deliberadamente la separación, estamos seguros de que en muchos casos la música con auriculares en lugares públicos o privados es usada precisamente para crear la sensación de no sentirse solo ni aislado con el mundo, sino todo lo contrario. Lleva al oyente a imaginar situaciones domésticas y familiares que ofrecen una sensación de cercanía y seguridad. Si la música que nos acompaña en el hogar es la misma que llevamos a la calle, el oyente percibe un sentimiento de protección y comodidad que lo reconforta, que lo distancia de la alienación. Puede que el oyente esté alienado con el mundo, como afirma Rosa, pero en realidad está buscando ejes de resonancia dentro de un círculo más reducido y seguro. Un entorno cercano que maneja, que conoce perfectamente y lo aleja de los efectos perniciosos que produce el esfuerzo y el deseo de resonancia. ¡Qué contrasentido! El uso del reproductor portátil en lugares públicos puede ser usado paradójicamente y al mismo tiempo, tanto para evitar el contacto con la otredad, como para huir de la experiencia árida que produce la sensación de soledad. Una paradoja más de nuestros tiempos hipermodernos y líquidos.

¹²³ *Ibid.*, p., 379.

¹²⁴ *Ibid.*

¹²⁵ Hartmut Rosa es considerado uno de los principales continuadores de la Escuela de Frankfurt. Él mismo de adhiere a esta corriente, aunque también establece cierta distancia y crítica.

En el caso de las mujeres, muchas admiten usar especialmente los auriculares como un medio para el control de la interacción, una barrera al discurso y una forma de alejamiento de las miradas indeseadas o situaciones incómodas¹²⁶. A veces incluso afirman usar los auriculares sin reproducir música alguna para obtener un mayor control sobre la gente y el espacio que les rodea, pues les permite observar y escuchar el entorno al mismo tiempo que manifiesta abiertamente la intención de no querer mantener ningún tipo de interacción al mostrar los auriculares colocados en sus orejas. Otras veces, la rueda de volumen o el *display* se suele usar como una especie de puerta de cierre o entrada al mundo exterior según convenga a cada usuario.

Estas actitudes encajan a la perfección con lo que algunos sociólogos, filósofos y psicólogos han expuesto en torno a las diferencias entre la modernidad y la posmodernidad. El yoísmo, la individualidad, el hedonismo y la deshumanización del hombre, son características propias de nuestros tiempos. Harmut Rosa apunta a la aceleración y el incremento que necesita el capitalismo para mantener su orden, como los dos elementos causantes del agotamiento y de la crisis psicológica de la tardomodernidad¹²⁷. Las referencias al carácter individualista del hombre posmoderno son constantes en buena parte de la teoría sociológica:

Los anhelos y deseos contradictorios mencionados aquí son un afán por obtener un sentido de pertenencia en el seno de un grupo o una aglomeración, aparejado a un deseo de distinguirse de las masas, de adquirir un sentido de individualidad y originalidad; el sueño de pertenecer y el sueño de independencia; la necesidad de respaldo social y la demanda de autonomía; el deseo de ser con los demás y la búsqueda de singularidad. En resumen, todas estas contradicciones se reducen al conflicto entre la necesidad de darse la mano por un anhelo de seguridad y la necesidad de soltarse por un anhelo de libertad. O bien, si miramos este conflicto desde otra perspectiva: el temor a ser diferente y el temor a perder individualidad. O el de la soledad indeseada y la falta de soledad deseada¹²⁸.

Contradicciones de la era posmoderna: darse la mano y soltarse la mano, seguridad y libertad, miedo a ser diferente aunque buscando lo individual, soledad deseada e indeseada al mismo tiempo.

Desde la perspectiva de los *Sound Studies*, Michael Bull lo expresa en términos parecidos, trasladándolo al caso concreto de los auriculares:

¹²⁶ BULL, *Sounding...*, p. 112.

¹²⁷ ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]), pp. 545-567.

¹²⁸ BAUMAN, ZYGMUNT: *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México, D.F: Fondo de cultura económica, 2015, [2011]), pp. 24-25.

El uso de un equipo estéreo personal crea la experiencia de estar "encerrado", separando al usuario del mundo exterior o, alternativamente, el usuario se adentra en el ámbito público de la "cultura" de la comunicación a través de un acto privado de recepción y queda absorbido por él. Esto demuestra la naturaleza dialéctica del uso del personal-estéreo. La usuaria no se percibe a sí misma como "sola", pero entiende que tampoco está "realmente allí". El uso de un equipo estéreo personal la hace sentir más segura, ya que actúa como una especie de "marcador de límites" para ella¹²⁹.

Un grupo menor y más conservador de investigadores prefiere ver en la individualización la consecuencia directa del desarrollo y la evolución de aspectos sociales tales como el abandono de la práctica religiosa, la aprobación de leyes del divorcio, el aborto o la eutanasia. Una mirada antiprogresista empeñada en describir una humanidad bañada en dogmatismo relativista, que critica la pérdida de valores tradicionales propios de tiempos pasados, como la religión o la familia, contempladas como instituciones, a la vez que observan ciertos desordenes que no siguen las "Leyes Naturales"¹³⁰.

Bauman, Rosa, Rifkin, Beck y otros, aunque sus discursos estén más o menos cercanos al neomarxismo, no niegan que el desmoronamiento de instituciones sociales, políticas y económicas como la familia, la religión, el Estado proteccionista o los sindicatos, han sido claves para el mantenimiento de un orden social que se está desplomando en la era posmoderna. El hecho de que la búsqueda de la plena autonomía haya procurado una individualidad paroxística, es en parte consecuencia de que la caída de esas instituciones esté desprotegiendo a las personas. Instituciones que responsabilizan al individuo de sus éxitos (por medio de una dura y fuerte promoción competitiva interna) pero también de sus fracasos (por medio de la exclusión social). Un estado solipsista de abandono y alienación constante.

Cuando el mundo exterior se vuelve incómodo e interfiere entre nosotros y la búsqueda frenética de nuestros deseos —deseos líquidos, que diría Bauman—, es cuando el reproductor portátil acude al encuentro para la gestión de los estados de ánimo y la construcción de mapas

¹²⁹ BULL, *Sounding...*, pp. 32-33. [The use of a personal stereo either creates the experience of being "cooed" by separating the user from the outside world or alternatively the user moves outwards into the public realm of communication "culture" through a private act of reception and becomes absorbed into it. This demonstrates the dialectical nature of personal-stereo use. The user does not perceive herself as being 'alone' but understands that neither is she "really there". Using a personal stereo makes her feel more secure as it acts as a kind of 'boundary marker' for her]. Bull usa el término "personal stereo" para no hacer referencias a marcas registradas de reproductores portátiles tales como Sony o Apple.

¹³⁰ Véase, ALONSO MARCOS, ANTONIO: *Los cambios sociales en la historia contemporánea. Del Antiguo Régimen a las redes sociales* (Madrid, Dykinson, 2016), 161-165.

imaginarios sobre el manejo de la realidad. El auricular es el puerto de entrada y cierre al mundo interior, personalizado y psicologizado, perfecto para la emancipación parcial y la demanda del hombre posmoderno. El tráfico, el extraño (el otro) y los peligros de la ciudad son interferidos por una escucha privada que funciona a modo de armadura. Tanto la deseada distancia hacia los demás, como la construcción de tiempos y espacios personalizados, coinciden con la visión posmoderna de una sociedad individualista y deshumanizada. Muchas de las veces los portadores de auriculares usan sus aparatos como una forma de proporcionar seguridad frente al extraño en el metro, evitando la mirada directa, como una especie de autodefensa. El auricular es el bloqueador del miedo al otro, del miedo al extraño¹³¹. La vulnerabilidad que sienten algunos individuos en las grandes metrópolis suele ser combatida desde finales de siglo XX y comienzos del XXI rehuendo de la interacción. Hoy en día el teléfono móvil es el perfecto compañero de celda, un compañero que ya no sólo encierra nuestro sentido del oído, sino el de la vista.

Imagen 17. Foto del metro de Brooklyn, Nueva York, parada Broadway Junction.



¹³¹ Para Bauman existen dos modos de miedo al “otro”. Uno es el miedo a los que vienen de fuera, extranjeros. Otro el miedo a los de dentro. Pero, en definitiva, en palabras de Bauman, se trata de miedo al pobre. Piensa que la modernidad líquida está formada por individuos deshumanizados y asilados que tienen miedos irreales. Los individuos de la modernidad líquida están plagados de miedo al refugiado, al pobre, al drogadicto, al que vive fuera del residencial vigilado y amurallado en el que habitan, etc. Argumenta que, “Todos necesitamos designar a los enemigos de la seguridad para evitar ser considerados parte de ellos [...] Necesitamos acusar para ser absueltos. Excluir para evitar la exclusión, en BAUMAN, ZYGMUNT y David Lyon: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013), p. 111.

El crecimiento exponencial de las ciudades a comienzo del siglo XX trastocó las formas de socialización tradicionales. El filósofo y sociólogo alemán Georg Simmel dejó plasmado en sus escritos buena parte de estos cambios en las interacciones. Pues bien, la cultura del auricular es el aislante perfecto para evitar esta interacción entre urbanitas. Con la escucha individual los espacios públicos se muestran ausentes de significado. Aparecen representados como espacios muertos que hay que atravesar de la forma más placentera posible con la ayuda de nuestra música favorita, transformando así cualquier espacio público en un espacio privado y subjetivado¹³².

La experiencia aurática de la que hablaba Walter Benjamin en *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936), ha sido entendida habitualmente como una crítica a la música enlatada y como lo antagónico de la música en vivo. Resulta curioso observar cómo la escucha individual en el paisaje urbano es concebida muchas veces por los propios oyentes como una especie de ajuste aurático del espacio-tiempo¹³³. Sería como soñar despierto, pero a través de una mediación tecnológica, un espacio construido y constituido a través de los reproductores portátiles. Un tipo de escucha en la que el volumen juega un papel importante como supresor de ruidos externos en lo que Bull llama la «mnemotecnia auditiva». Una estrategia en la que los usuarios intentan construir un sentido narrativo de los espacios urbanos que no tienen por sí mismos un significado para ellos¹³⁴. Aparatos que ayudan a mantener un aura plenamente auténtica en el mismo sentido que lo hacía la música en vivo del siglo XIX. Como lo define el filósofo Howard Caygill, el aura no es una propiedad, sino más bien un efecto de un modo particular de transmisión de la obra de arte, que privilegia su originalidad y su singularidad¹³⁵. Y si el aura es una condición de la obra de arte, un efecto, entonces resulta que el poder de transmisión, reformulado y mediado gracias a las nuevas tecnologías, hace que esa mediación contribuya al acercamiento de un modo particular de experiencia apropiada en cada cultura.

¹³² Aunque no es nuestro objeto de estudio cabe destacar el uso que se hizo en la guerra de Irak por las tropas americanas. Según analiza J. Martin Daughtry el iPod se usó en esta guerra para la preparación para el combate, para el propio combate y para desconectar de los horrores una vez acabada cada contienda. Vid. DAUGHTRY, J. MARTIN: "Aural armor: charting the militarization of the iPod in operation Iraqi freedom" en, *The Oxford Handbook...* Vol.1, pp. 221-258. La idea que subyace en este artículo es la misma que sostienen Michael Bull sobre la escucha con auriculares como configurador de espacios subjetivos tanto físicos como emocionales.

¹³³ Vid. BULL, MICHAEL: "Reconfiguring the 'Site' and 'Horizon' of experience", en *Sounding out the city*, (New York: Berg, 2006, [2000]), pp. 31-42.

¹³⁴ *Ibid.*, pp. 38-39; «Home and narrative appear to be closely connected in the lifeworld of users. Personal stereos can be construed as functioning as a form of 'auditory mnemonic' in which users attempt to construct a sense of narrative within urban spaces that have no narrative sense for them. The construction of a narrative becomes an attempt to maintain a sense of pleasurable coherence in those spaces that are perceived to be bereft of interest. Users describe a variety of situations relating to this point».

¹³⁵ Citado en M. BULL, *Sounding...*, p. 42.

En cuanto a la experiencia aurática de la escucha portátil individualizada, podemos afirmar que no existe ninguna diferencia alguna entre la música analógica y la digital. La única diferencia es que, si con el Walkman se inicia un cambio de paradigma en la escucha privatizada urbana, con el iPod y el MP3 portátil, esta ubicuidad y privatización se multiplican exponencialmente para alcanzar su mayoría de edad con la telefonía móvil. «La movilidad del equipo de música personal permite a los usuarios gestionar su experiencia en un ámbito de la vida cotidiana mucho más amplio de lo que era posible anteriormente », afirma Michael Bull¹³⁶.

El empleo de cascos es interpretado por quienes se encuentran alrededor como un claro y conciso mensaje: ¡no molesten, estoy escuchando música! O bien, ¡no quiero hablar, estoy usando cascos! La gran diferencia entre el Walkman y el teléfono móvil, o entre los comienzos de la era posmoderna y la actualidad, es que esta actitud distante ya no se revela exclusivamente con extraños, sino que es cada vez más habitual en presencia de conocidos; que evidentemente tienden a ver mal estos gestos¹³⁷. El uso de las nuevas tecnologías siempre se ha entendido que generaba nuevos tipos de comunicación y de mediación, aunque en casos concretos como el ejemplo anterior, opere más bien en el sentido contrario, es decir, hacia la incomunicación.

Otro tipo de oyente es el que habla a la vez que escucha música a un volumen lo suficientemente bajo para mantener una conversación¹³⁸. El oyente puede ser capaz de entrar y salir tanto de la conversación como de la escucha cuando le plazca. Los demás no son capaces de reconocer si está escuchando música o no y esto puede ser aprovechado por el oyente.

En la era de la pantalla, el teléfono supone el elemento perfecto para la continua distracción. A diferencia de cualquier otro reproductor portátil, el teléfono móvil es una puerta perpetuamente abierta al mundo. Una puerta abierta al mundo global e hiperconectado de internet, que provoca que mientras se oye música puedan llegar mensajes de tipo variado, avisos de calendario y agenda, avisos del GPS, de las redes sociales, de suscripciones, anuncios y un larguísimo etcétera. Por eso, el móvil no permite una atención constante. La tentación de la dispersión es inmediata. El acceso perpetuo a la red es una puerta de entrada de otros a nuestras vidas, y viceversa. Este “otros” comprende desde la llamada de un familiar, la publicidad de una empresa que dispone de nuestros datos porque hemos aceptado las *cookies* de una aplicación

¹³⁶ BULL, *Sounding...*, pp. 44. «La movilidad del “personal stereo” permite a los usuarios gestionar su experiencia en un ámbito de la vida diaria mucho más amplia de lo que antes era posible». [Traducción propia].

¹³⁷ Michael Bull afirma: “This awareness leads some users to switch off or take off their personal stereos when they engage in any form of interactive discourse. Some users feel a sense of discomfort if they are not fully engaged in the process of interaction. Equally, others involved in discourse with users can find the practice threatening to their own sense of significance”, M. BULL, *Sounding...*, p. 110.

¹³⁸ Esto también encaja con la idea de la multitarea.

descargada, o simplemente leer una noticia. El teléfono móvil reclama constantemente nuestra atención pues está diseñado a tal efecto.

La escucha de música con cascos en la era de la telefonía móvil ha hecho del oyente un ser omnívoro, deseoso de consumir multimedia, con el derecho a reclamar la inmediatez y la pseudo-gratuidad de los contenidos. Pseudo-gratuidad por muchos y variados motivos: primero porque los proveedores nos cobran por darnos acceso a internet, pero también porque las plataformas de *streaming*, las redes sociales, los periódicos digitales, etc., inundan nuestras pantallas con publicidad y consiguen nuestros datos privados. Nada es gratis.

El móvil ofrece gran cantidad de secuencias y multitareas. Si el Walkman, el Discman o el MP3 portátil reclamaban exclusivamente nuestra atención auditiva, los teléfonos móviles, sin dejar de cumplir esta función, reclaman del oyente su atención visual en chats, fotografías, redes sociales, vídeos, etc. Y la multitarea refuerza un tipo de escucha distraída. Por tanto, el móvil puede ser un medio que aisle y acerque en el tejido social (real o virtual), sólo depende del uso que de él hagamos. La transformación en las actividades cotidianas desde los años ochenta, junto al aumento en la capacidad ubicua gracias al desarrollo de tecnologías y de medios de acceso disponibles, ha desencadenado que la mayor parte de la población no escuche música como actividad principal, que la escucha tenga lugar dentro de un campo de actividades simultáneas, y que la música esté aceptando que su principal función sea la de servir al control del ambiente sonoro, así como a los distintos paisajes públicos y privados de escucha¹³⁹.

Ya no se escucha: se trabaja y escucha; se hace deporte y escucha; se viaja y se escucha música; se hacen las labores domésticas mientras suena música de fondo; se practica sexo con música. En todas estas actividades, y muchas otras, la escucha de la música no es ya la principal actividad, sino que sirve de complemento a otras actividades.

Lo que las tecnologías móviles (analógicas o digitales) han permitido es lo que Williams llama la «privatización móvil»¹⁴⁰. Si hasta finales de la década de 1970 las experiencias estéticas estuvieron asociadas a la escucha en el hogar (a excepción de la radio a transistores), con la libre elección de una escucha a la carta gracias al Walkman y las cintas de casete, la estatización de lo privado en el hogar se convirtió en la estetización de lo privado en lo público, en la calle, en movimiento y ante los demás. La digitalización de los contenidos no hizo variar demasiado la experiencia estética fuera del hogar, una experiencia provenía del Walkman, los MP3 y el iPod. Fue con el streaming cuando se conquista el universo de relaciones estéticas entre el oyente y su entorno, unas relaciones que jamás se habían dado en la cultura del ocio. Ya no se

¹³⁹ KASSABIAN, *Ubiquitous listening...*, p. 51.

¹⁴⁰ Citado en BULL, *Sounding...*, p. 187.

estaba condicionado por la compra de soportes, las grabaciones caseras en cinta o las descargas. Se ofrecía así todo un universo musical al alcance de las manos. Un tipo de interacción entre el individuo y su entorno en el que el oyente no queda limitado por lo que lleva consigo, sino que elige lo que quiere escuchar en función de sus gustos, estados de ánimo o su entorno. Todo ello libre de la carga que supone el soporte.

Podríamos haber hablado de la individualidad y del auricular prácticamente como la misma cosa. Sin embargo, en los últimos años se están llevando a cabo una serie de experimentos sociales a través de nuevas formas de escucha, *performance* en las que un grupo de gente queda para escuchar con sus auriculares, bailando y cantando. El Liverpool Street Station Silent Dance (Londres) fue una performance celebrada el 6 de febrero del 2009 en la que se reunieron cerca de 12.000 personas que previamente habían sido informadas por Facebook¹⁴¹. En este caso la privatización de la escucha existe en el sentido de que cada uno está usando sus auriculares, pero desaparece al conocer que todos están oyendo la misma música. También se han dado otros ejemplos de *performance* similares en las que cada uno escucha lo que quiere. Este tipo de experimentos de escucha no distan mucho de los llevados a cabo a comienzos del siglo XX en los que un grupo de gente se conectaba al mismo gramófono con múltiples salidas de auriculares. En el caso de la estación de Liverpool un grupo de personas se desplazan de sus hogares a un lugar concreto para escuchar la misma música de manera individualizada pero cuyo fin último es la *performance* del evento, no la escucha en sí misma. Un evento que se graba y se hace viral en las redes¹⁴². A pesar de algunos ejemplos aislados como este, lo más común es asumir que el auricular representa la escucha individualizada.

La acogida de la cultura del auricular condujo a otra de las paradojas de la modernidad líquida: la de que el espacio físico y temporal pudiesen ser compartidos, pero no el aural. Y aunque espacio y tiempo eran los mismos en las grandes urbes, la sensación de espacio y tiempo se personalizaron gracias a la escucha individual. Pueden estar sonando cientos de músicas diferentes al mismo tiempo y en un mismo espacio.

¹⁴¹ Hubo antecedentes de menor trascendencia en 2006 y 2008. Para el *flash mob* del 30 de noviembre de 2006, véase BERGH, ARILD y TIA DENORA: "From wind-up to iPod: Techno-cultures of listening en COOK, NICHOLAS, ERIC CLARKE, DANIEL LEECH-WILKINSON y JOHN RINK (eds.): *The Cambridge Companion to Recorded music* (Cambridge University Press, 2009), pp. 102-115.

El 15 de enero del 2009 se grabó un anuncio de T-Mobile en la Liverpool Street Station con 400 actores que hicieron un *flasmob* y el 9 de febrero representó una imitación de ese anuncio al que acudieron más de 13.000 personas. Cuando el reloj marcó las siete de la tarde de aquel viernes la gente comenzó a bailar con sus cascos puestos mientras escuchaban la misma música.

¹⁴² Cuando la gente de comienzos del siglo XX escuchaba en un gramófono con varias salidas de auriculares lo hacían en un único reproductor.

La era del acceso a internet ha llevado al extremo la privatización de la escucha. Para Aguilera, se trata de una nueva manera de estar con los otros. La experiencia musical deja de depender del aquí y ahora de su ejecución: el contexto de producción y la audición de música se han desterritorializado y privatizado en la omnipresencia del flujo en la red¹⁴³.

La aparición del auricular coincidió con la etapa que Lipovetsky adjetivó de hedonista. Una etapa habitada por un ser con mirada narcisista e indiferente, tendente a la desocialización (aunque en realidad Lipovetsky no creía tanto en una desocialización como en una sociabilidad extensa más selectiva, efímera y emocional, en la onda del espíritu hiperconsumista). La introspección del hombre posmoderno lo aísla de su contexto, y el auricular favorece estas dinámicas.

Imagen 18. Portada del informe de la International Federation of the Phonographic Industry, IFPI de 2019¹⁴⁴



¹⁴³ DE AGUILERA, MIGUEL: “El encuentro entre la comunicación y la música: razones, criterios, enfoques”, en DE AGUILERA, MIGUEL, JOAN E. ADELL y ANA SEDEÑO (eds.): *Comunicación y música, I. Lenguaje y medios* (Barcelona: Editorial UOC, 2008), p. 32.

¹⁴⁴ Nótese que de las veintiuna imágenes todas representan a individuos que escuchan música de manera aislada, separada de otros. Todos son jóvenes. Veinte de ellos escuchan música con auriculares. A lo largo del informe se repite una imagen estereotipada de joven menor de treinta años con cascos. Esta portada ejemplifica la cultura del auricular soñada por Akio Morita.

Anacleto Pons analiza en *El desorden digital* de qué manera el interés por vivir experiencias ha reemplazado a la ya antigua tradición de poseer el objeto físico, tal es el grado que habitamos «en la edad del dato, sin cosas físicas». Pons discurre por una línea parecida a la de Jeremy Rifkin cuando describe la era del acceso a las experiencias como un mundo lleno de «dígitos planos, ceros y unos sin sustancia, sin principio ni final»¹⁴⁵. El exceso de información fluye en paralelo al aumento de libertad individual, algo que crea incertidumbre en el consumidor a la hora de elegir. Un mundo que lo registra todo y experimentado por todos, de constantes flujos, veloz, efímero y líquido.

En resumen. Si la individualidad del hombre posmoderno es consecuencia de un conjunto de transformaciones que vienen dándose desde los años ochenta en cuanto a los factores que hemos analizado, los reproductores portátiles de música y sobre todo el auricular, ayudaron notablemente en esa transformación. El uso masivo del auricular a partir de la década de los ochenta adoptó nuevos modos de interacción y comunicación social para configurar un nuevo mapa urbano, aislando al individuo en su propio mundo de imágenes y sonidos, llevándolo a una interpretación subjetiva del espacio, a la sensación del control del tiempo vital y a la construcción de un imaginario privado y particular. Una música privatizada y personalizada a modo de banda sonora de la vida¹⁴⁶.

5.1.2. La escucha panóptica o de la vigilancia líquida.¹⁴⁷

Las primeras consumidoras de música grabada antes de los años veinte fueron mujeres blancas de clase media descendientes de la cultura burguesa victoriana estadounidense. Ya para los años veinte la cultura de masas se destinó a cubrir un público razonablemente más amplio. En este proceso tuvo mucho que ver la radio comercial (sobre todo la explotación comercial privada de la radio estadounidense) y los grupos de poder de la industria productora de música grabada en los cuarenta y cincuenta. Para obtener subvenciones estatales, las emisoras debían llegar a un grupo de oyentes que resultase rentable para los anunciantes, con lo que el tipo de música que se programaba venía determinado por la industria discográfica con fines más comerciales que estéticos. Las grandes discográficas obtenían regalías por los derechos de

¹⁴⁵ A. PONS, *El desorden...*, p. 24.

¹⁴⁶ Bull pone como ejemplo la escucha por cascos de bandas sonoras de películas que transforman la perspectiva de los oyentes y los traslada imaginariamente al lugar virtual de la película. *Vid.* BULL: "Filmic cities and aesthetic experience", *Sounding...*, pp. 85-96.

¹⁴⁷ El término vigilancia líquida ha sido usada por Zygmunt Bauman para referirse a todo aquello que en la modernidad líquida era privado se ha convertido en público mediante el uso de las redes sociales e internet en general. Para Bauman el anonimato ha muerto y hemos sacrificado nuestro derecho a la privacidad por propia voluntad. *Vid.* BAUMAN, ZYGMUNT y David Lyon: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013).

El hermano mayor de la novela *1984* de G. Orwell es quien controla todo y a todos.

reproducción y las emisoras por los espacios publicitarios. Explica Jody Berland que la fértil interdependencia entre la producción musical y la radiodifusión dio paso al triunfo de la interdependencia económica y formal de la radiodifusión y la música pregrabada, advirtiendo con ello que el resultado de todo este proceso fue la disminución en el control del productor sobre el formato final de transmisión¹⁴⁸.

La conformación de un gusto de masas, o mejor, la respuesta a cómo escuchamos música hoy en día, la encontramos en parte en la producción radiofónica de los años cuarenta y cincuenta, dos décadas que coinciden, no por casualidad, con la emergencia de una juventud estadounidense que reclama su propio espacio en la cultura, y en particular en la música de la sociedad de posguerra, época de esplendor para los EE. UU. La industria de la música aprovechó el éxito y el impacto de la radio, cuyos máximos frutos vendrían en los años cincuenta gracias al microsurco y en los sesenta con la cinta de casete. La radio a transistores se comercializó casi exclusivamente para una cohorte específica de consumidores, testigos directos de la construcción de autopistas en los años medios del siglo XX¹⁴⁹. Las autopistas permitían unir grandes distancias. Viajes que resultaban más agradables al incorporar radios en los coches¹⁵⁰. En aquellos países donde el Estado ejercía un mayor poder y control sobre los ciudadanos, la programación radiofónica no escapaba de su control político: por ejemplo, para la consolidación de los espíritus nacionales, la mundialización de productos de mercado, la externalización de la cultura y la reafirmación del capitalismo.

Si en los años veinte surge el consumo de masas como hoy lo conocemos, y en la década de los cincuenta la sociedad americana y la europea se adhieren de forma masiva al culto por el consumo de la cultura, es a raíz de internet cuando los medios de masas adquieren los tintes globales que hoy conocemos. Las consecuencias de la globalización y las políticas neoliberales son cada vez más visibles, interfiriendo en otro tipo de órdenes que abarcan la cultura, la psicología, la etnografía y la antropología. Manuel Castells establece cuatro órdenes o niveles de la cultura global de la era de internet: el cosmopolitismo, la multiculturalidad, la cultura del consumismo y el individualismo en red¹⁵¹. Como consecuencia de esta cultura de consumo, junto a otros elementos sociales, la sociedad en red permanentemente conectada, promoverá un

¹⁴⁸ BERLAND, JODY: “Contradicting media: toward a political phenomenology of listening”, en STERNE, *The sound...*p. 46.

¹⁴⁹ *Ibid.*

¹⁵⁰ Para una historia sobre la reproducción de música en los coches, véase <https://www.hagerty.com/media/automotive-history/obsolete-car-audio-part-2/> [21/03/2021].

¹⁵¹ M. CASTELLS, *Comunicación y poder...*p. 167. Para la cultura del consumo véase también BAUMAN, *Vida de consumo* (Madrid, Fondo de Cultura Económica de España, 2016, [2007]).

culto al individualismo hedonista¹⁵². Es decir, la excesiva personalización de las querencias, las modas y las expectativas individuales, centradas en el disfrute de algunas experiencias al alcance de una amplísima cohorte de consumidores.

Para el sociólogo polaco Zygmunt Bauman una de las grandes diferencias entre la «modernidad sólida» y «la modernidad líquida» es el abandono de lo tradicional, del sentido de *communitas* y de la familia, y lo negativo de las prácticas y las actitudes más individualistas. Las sociedades cada vez más cableadas o inalámbricas, la vida electrónica, los teléfonos móviles usados como «confesionarios electrónicos portátiles», la propia era de la información, trajeron conectividad perenne, y un lugar virtual en el que manifestar todo lo que hacemos y lo que somos, lo que pensamos de nosotros mismos y del resto del mundo.

Pero verter nuestras vidas, gustos, pensamientos y actitudes en un sistema comunicacional virtual está teniendo graves consecuencias, sobre todo para nuestra privacidad. Jacques Attali afirmaba en el año 2012 que las técnicas de distribución musical contribuyen al establecimiento de un sistema de escucha y vigilancia social¹⁵³. Todos somos susceptibles de ser vigilados. Vivimos en un espacio y un tiempo en el que un gran ojo todo lo ve, una especie de policía del pensamiento como la narra George Orwell en su novela *1984*. No sólo se monitorizan nuestros movimientos, sino nuestros pensamientos. El método para el recabado de datos es mucho más atinado con la inteligencia artificial que con otros modelos estadísticos anteriores. Obtener datos precisos de los oyentes que usan la radio, que realizan copias caseras o descargan música en la red, no ofrece la misma y suculenta variedad de información que el streaming y sus algoritmos. El registro es continuo, las veinticuatro horas del día y en todos los países del mundo. La inteligencia artificial es el Hermano Mayor que narra Orwell, ese ojo que todo lo engulle y controla: [...] «incluso era concebible que vigilaran a la vez a todo el mundo» mediante una «telepantalla» que recibía y transmitía de la existencia individual en el hogar¹⁵⁴. Así, la distopía de Orwell se ha concretado en el algoritmo y la inteligencia artificial.

Cuando la venta de soportes físicos era el sustento de la industria, resultaba imposible reconocer las veces que cada oyente escuchaba los discos comprados, tan sólo se sabía el número de discos vendidos. Se podían extraer datos por zonas, regiones geográficas o países, pero poco más. Las plataformas de streaming no solo recogen la zona geográfica de escucha, sino desde

¹⁵² Sobre la personalización, individualización y el hedonismo del hombre posmoderno véase LIPOVETSKY, GILLES: *La era del vacío* (Barcelona, Anagrama, 2018, [1983]) y BAUMAN, ZYGMUNT: *Ceguera Moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*. (Barcelona: Espasa, 2015 [2013]).

¹⁵³ ATTALI, JACQUES: “Noise: the polycitycal economy of music”, en STERNE, JONATHAN: *The sound studies reader* (New York, Routledge, 2012), p. 34.

¹⁵⁴ ORWELL, GEORGE: *1984* (Barcelona, Penguin Random House, 2013, [1949]), p. 10.

qué ordenador, móvil o Tablet, la dirección IP vinculada a un individuo concreto, cuánto tiempo dedica a la escucha o su edad. Si, además, tenemos activado el GPS de los teléfonos móviles, se recogen datos sobre si vamos caminando, en coche, metro o bus, o si hemos entrado en una cafetería, unos grandes almacenes o si estamos pensando en cambiar de coche o frigorífico. Y como los datos recogidos de unas empresas son vendidas a otras, muy probablemente sepan si somos asiduos a Twitter o Facebook, qué, cómo y cuándo compramos, y hasta lo que tenemos en nuestra nevera y el tipo de basura que generamos. En suma, con los datos que los propios oyentes entregamos gustosos, muchas empresas son capaces de conocer todo sobre nuestras vidas. También conocen nuestros gustos musicales y la evolución de nuestra escucha.

La actitud individualista de escucha ha encontrado en Internet el perfecto amparo, connivente con la comunicación inalámbrica, los juegos *online*, las redes digitales de producción, la remezcla y la distribución. Los proveedores de servicios de música en *streaming* ofertan contenidos individualizados inimaginables tan solo hace diez años.

La teoría sobre algo parecido al MP3 había surgido a finales de los setenta. Karlheinz Brandenburg, precursor del proyecto del Instituto Fraunhofer IIS (Institute for Integrated Circuits - Institut für Integrierte Schaltungen), había hecho el doctorado con Dieter Seitzer y éste a su vez lo había cursado con Eberhard Zwicker, uno de los padres de la psicoacústica moderna. En 1982, el año en que nace la música digital con el compact disc, Seitzer presentó una patente sobre una máquina de discos digital. Se trataba de un servidor informático centralizado en el que los usuarios podían solicitar la música pulsando un sencillo teclado doméstico. La música viajaría a través de las recién construidas líneas telefónicas digitales alemanas. La idea original consistía en almacenar toda la música en una gran base de datos para poder acceder a voluntad mediante el pago de una suscripción. El aparato diseñado por Seitzer se conectaría directamente vía telefónica al equipo doméstico de música. Pero la patente fue rechazada, acabando con lo que hubiese sido el primer sistema de música digital *on-line* de pago, o sea, el primer *streaming* de la historia. Con este proyecto, Seitzer se estaba adelantando quince años. Pero existían dos grandes problemas a resolver, de momento, que no hacían viable el proyecto: las líneas telefónicas dejaban mucho que desear en cuanto a la velocidad en el flujo informativo, y los archivos del CD, con su amplio formato PCM, ocupaban demasiado espacio para hacer viable la velocidad de transmisión. El sueño de Dieter Seitzer, el ideólogo del MP3, se convirtió desde el año 2010 en una realidad efectiva.

La masa, ese grueso despersonalizado que consume con voracidad, no ha dejado de ser la diana del poder ejercido por fuertes corporaciones. Pero ahora, con los algoritmos ha implantado unos servicios que atienden a cada consumidor personalmente y a la carta las veinticuatro

horas del día¹⁵⁵. Lo llevan a la práctica desde una perspectiva subjetivista y mercadotécnica con consecuencias para la cultura, las ideologías y la política. Ed Finn, profesor en la Escuela de Artes, Media e Ingeniería del departamento de Filología de la Arizona State University lo explica así:

La teocracia de la computación no se limitará a cambiar el mundo, sino que lo hará evolucionar y abrirá nuevas posibilidades para sus usuarios, vinculando el comercio de la propiedad y la libertad individual. Estos cambios serán consumados no solo en el reino de lo material sino también en el de lo cultural, lo mental y hasta en espacios espirituales de representación y apoderamiento. El algoritmo nos ofrece la salvación, claro que solo una vez hayamos aceptado sus condiciones de uso¹⁵⁶.

Y sigue:

A través de sus ambiciones por desarrollar algoritmos que puedan «responder, conversar y anticipar», los titanes de la tecnología que están esculpiendo nuestro futuro algorítmico están construyendo un nuevo marco de trabajo epistemológico de lo que resulta concebible y deseable: una jerarquía intelectual de necesidades que trazará el mapa no solo de la esfera pública de la información, sino también del espacio interior de la identidad humana¹⁵⁷.

Lo que equivale a decir que la transformación cultural obedece a ciertos requisitos impuestos desde las esferas del poder tecnológico y comunicacional. Las conductas a las que nos dirigen la inteligencia artificial y los algoritmos en la era del acceso son lo que Eli Pariser llama «burbujas de filtrado»: un modelo para el recabado de datos comportamentales que conecta a usuarios con gustos similares, que «encierran al usuario en una burbuja de información que a su vez lo encierra en su propia visión del mundo y lo “adoctrina con sus propias opiniones”»¹⁵⁸. Un

¹⁵⁵ La misma búsqueda en internet por usuarios distintos con direcciones IP distintas, ofrece resultados también distintos. De esta personalización de los contenidos se ocupan los algoritmos, que recaban información que nosotros mismos ofrecemos cada vez que realizamos búsquedas en internet. Sobre este tema véase, BAUMAN, ZYGMUNT y David Lyon: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013) y GÓMEZ DE ÁGREDA, ÁNGEL: *Mundo Orwell. Manual de supervivencia para un mundo hiperconectado* (Barcelona, Planeta, 2019).

¹⁵⁶ FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* (Barcelona, Alpha Decay, 2018), p., 28.

¹⁵⁷ *Ibid.*, p. 30.

¹⁵⁸ PATINO, BRUNO: *La civilización de la memoria de pez. Pequeño tratado sobre el mercado de la atención* (Madrid, Alianza Editorial, 2020, [2019]), pp. 97 y 98.

medio que encierra y aísla al usuario en sus propios gustos y pensamientos, una «fábrica de realidades individuales [que] ha generado un imperio de lo falso»¹⁵⁹.

Por ello, si la individualización ha sido a lo largo de la historia un proceso que ha cambiado conforme a paradigmas religiosos, culturales, tecnológicos y económicos, la era digital ha acelerado y pronunciado el paradigma individualizador, no en el sentido de una mayor autonomía del hombre, ni de un alza de su interioridad y subjetividad, sino solo en apariencia, resultado del simulacro de la subjetividad. Simular que somos libres para elegir, comprar y pensar, ese es uno de los grandes logros posmodernos del capital.

En portales como Spotify, iTunes, Deezer, Pandora, etc., encontramos nichos de mercado amplios y genéricos que sugieren músicas bajo epígrafes como “latina”, “estados de ánimo”, “fiesta”, “concentración” o “romántica”. Cada usuario dispone ya de una oferta de escucha totalmente personalizada, sugerencias diseñadas a medida por la matemática computacional que emplea todos los datos recogidos al usuario.

Los algoritmos de recomendación y clasificación de los oyentes son celosamente guardados por las empresas. Aunque sabemos gracias a estudios recientes que las recomendaciones están dirigidas a incidir en un tipo de usuario determinado a través de referencias a valores neoliberales y capitalistas, de conductas individuales dirigidas a un sujeto que pretende su propia felicidad, un sujeto definido como emprendedor, a un individuo joven, eminentemente urbano y de clase media¹⁶⁰. Aceptar las condiciones de uso es aceptar la política de los algoritmos. Los algoritmos no son gratuitos. Su poder de acción está movido exclusivamente por el dinero, no por la mejora de las experiencias de los usuarios, que es lo que pretenden hacernos ver. La experiencia ofertada es el resultado del análisis de millones de usuarios con el objetivo de definir parámetros globales. Unos parámetros que están socavando gustos e identidades a cambio de lo global. No podemos olvidar la presión que ejercen las discográficas para dirigir el consumo y dar prioridad a determinados artistas y estilos. ¿Cómo lo hacen? Pues resulta que las Big Three ya forman parte del grupo de accionistas de los más importantes proveedores de música online.

Cada vez que el usuario realiza una búsqueda en internet envía señales a las plataformas, sirviéndose de ello para actualizar las listas personalizadas de escucha. Todo gira en torno a una escucha centrada en el individuo autónomo y único, a través de experiencias también

¹⁵⁹ *Ibid.*, p. 102.

¹⁶⁰ ERIKSON, MARIA, RASMUS FLEISCHER, ANNA JOHANSSON, PELLE SNICKARS y PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019), pp. 136-137.

únicas. Aunque los estándares de clasificación, como hemos visto, no buscan satisfacer esas experiencias, sino aparentarlas o incluso inventarlas. El marketing experiencial conecta directamente con las emociones interpelando al consumidor que piensa que le ofrecen algo único, que está dirigido a él exclusivamente. Es cierto que la oferta es completamente personalizada, pero la presión de la industria, que ahora forma parte de los consejos de administración y son accionistas de las empresas de streaming, junto a la conformación globalizada de los gustos, no ofrecen con precisión lo que el oyente tal vez desee escuchar, sino lo que la industria quiere que el oyente desee escuchar.

Las recomendaciones no obedecen exclusivamente a los gustos musicales individuales y las necesidades de los oyentes, sino que los algoritmos son pensados para dirigir la escucha privilegiando unas músicas sobre otras y unos artistas sobre el resto. Se elaboran listas de reproducción recomendadas que inducen al usuario a una música prescriptiva. Este modelo de escucha inducida solo ha sido posible gracias a los medios de transmisión en internet. La información viaja a través de una red de nodos que interconecta a los usuarios con una serie de intermediarios que extraen información de ellos. Entre alguno de estos intermediarios se encuentran los proveedores, las plataformas, las empresas de distribución y los agregadores. Así, aunque Napster se llevó por delante a un tipo de intermediarios —sobre todo las tiendas de música—, por otro, atrajo y configuró un sistema de intermediación basado en proveedores de internet, proveedores de servicios y agregadores. Al fin y al cabo, lo que ocurrió con Napster no fue tan catastrófico, simplemente trasladó la intermediación de unas manos a otras.

En el caso de Pandora, los parámetros métricos de medición en el año 2009 incluían cientos de elementos que atravesaban distintas disciplinas y que, aplicadas a la mercadotecnia, ayudaban a elaborar perfiles muy específicos mediante la recopilación de valiosa información de cada usuario. Los perfiles eran creados en base a elementos estrictamente musicales (velocidades metronómicas, estructuras rítmicas, instrumentación, estructuras formales, patrones armónicos), elementos psicológicos (valores emocionales, comportamientos corporales) y elementos procedentes de la sociología (atribuciones de género, posibilidades de accesibilidad conforme al capital económico y cultural). El proceder de Spotify para el recabado de datos es algo distinto. Obtiene información proporcionada por el propio usuario al darse de alta mediante una ficha que pregunta por el género y la edad. La dirección y la geolocalización la obtiene gracias a la dirección IP. Y no debemos olvidar que también obtiene otros datos a través de aplicaciones instaladas en nuestros teléfonos móviles, tabletas u ordenadores. Mientras que servicios de streaming como Apple Music se han orgullecido públicamente de que sus listas de reproducción son editadas por personal humano, algo que no es cierto, Spotify se ha distinguido siempre por

ser una alternativa tecnológica a la elaboración de listas de reproducción. Se jactan de ello y lo ilustran en uno de sus eslóganes favoritos: «music + math = epic».

Las puertas que dan acceso a quien quiera conocer el funcionamiento interno de estas plataformas están celosamente cerradas por las empresas proveedoras de servicios. Lo pudimos vivir en nuestras propias carnes tras varios intentos a la hora de ponernos en contacto con algunos de los responsables de Spotify en España. Pronto nos dimos cuenta que toda la información que manejan en sus sistemas internos de control, algoritmos, elaboración de listas, recomendaciones, personal humano, etc., se encuentra celosamente sellada. Sólo una pequeña parte de su personal conoce los entresijos informáticos. Incluso un grupo de investigadores suecos y autores del libro *Spotify Teardown* fueron advertidos y alentados a abandonar su trabajo. Spotify presionó al gobierno sueco para impedir el avance de la investigación y la paralización del proyecto¹⁶¹.

A mi juicio, el capital humano, el valor de las ciencias humanas (sociología, psicología, antropología) no está siendo lo suficientemente explotado a la hora de mejorar los perfiles y establecer nichos de mercado más concretos. No hay más que observar el mal enfoque de muchos anuncios en las opciones gratuitas de las plataformas de *streaming*. En Spotify, por ejemplo, mientras un oyente escucha música clásica o jazz en la versión gratuita puede ser interrumpido cada dos o tres piezas por anuncios de entradas para un festival techno, la compra de un coche que rebosa caballos de potencia o la promoción del último disco de Maluma¹⁶². Evidentemente, los perfiles de escucha en estos casos son muy distintos y con ello sus gustos y sus hábitos. Pero también lo es dónde y en qué gastan su dinero. Me temo que este tipo de publicidad también es usada para conseguir el hartazgo de unos usuarios que acaban suscribiéndose. Según la propia Spotify, los anuncios sólo suponen una décima parte de los ingresos, las suscripciones las nueve partes restantes.

Lo que es evidente es que la computación en la nube y el desarrollo de nuevos algoritmos están orientando al consumidor hacia una personalización del gusto de manera cada vez más refinada y atinada. Bien sea por la aplicación de la inteligencia artificial, mediante la intermediación humana o bien mediante una mezcla de las dos. Pero no debemos olvidar que los algoritmos están desarrollados por humanos y por tanto reflejan nuestros propios sesgos. Humanos que introducen su ideología en los motores de búsqueda con resultados en ocasiones desastrosos

¹⁶¹ Lo explican los propios investigadores en su libro. Véase PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019).

¹⁶² Cantante colombiano de trap latino y reggaetón con letras machistas.

para la igualdad de género, la etnia, la raza o las diferencias socioculturales¹⁶³. Un caso significativo son las fichas de alta de las plataformas cuyos datos de usuario restringen opciones de género y que en el caso de Spotify incluso ha llegado a ser denunciado por algunos usuarios. O los resultados ofensivos por la mala gestión o la ineptitud de los creadores de la inteligencia artificial que muestran respuestas equívocas u ofensivas¹⁶⁴.

Pero no todo son consecuencias negativas en el manejo de la inteligencia artificial. La interconectividad ha colocado al mundo de la música en un lugar privilegiado, democratizándolo a escala global en los países desarrollados. Una de las finalidades de las plataformas de música *online* es acercarse lo más fielmente posible a los gustos del usuario para ofrecerle aquello que más se aproxima a sus intereses. Todo lo que rodea a la música en cuanto a marketing y publicidad pretende ocuparse de manera individual de los distintos nichos de mercado en base a aspectos sociales, económicos y culturales.

Antes de las aplicaciones algorítmicas, el análisis de los gustos de los públicos estaba principalmente en manos de periodistas, presentadores de radio, gestores y programadores de conciertos, directores de festivales, musicólogos, etnomusicólogos, etnógrafos, antropólogos y sociólogos¹⁶⁵. Hoy, los algoritmos obtienen datos para la preparación, clasificación, selección y difusión de recomendaciones aurales acordes a los gustos musicales de manera automatizada, aunque desaparezca la parte humana y profesional del proceso.

En la era analógica los propietarios de los derechos de autor no tenían la capacidad de controlar cómo se usaba su contenido. Es decir, una vez se vendía el disco, la relación entre el compositor, el intérprete, la discográfica y la tienda de discos con el oyente, desaparecía por completo. Hoy, la recopilación de datos por los proveedores de contenido, dañan la privacidad de los usuarios obteniendo características sobre la salud (física y mental), el bienestar emocional, la sexualidad e incluso las horas que invierte al sueño. Esta erosión de la privacidad tiene consecuencias que afectan al empleo y los servicios financieros de todo el mundo¹⁶⁶. Más aún, plataformas como Spotify se dedican a contratar a artistas nada o poco conocidos «con el fin de que elaboren canciones bajo nombres inventados y con derechos de autor mucho más favorables para la compañía que los que fijan normalmente las grandes empresas discográficas»¹⁶⁷.

¹⁶³ El sitio Hype Machine, por ejemplo, es un agregador de blogs que enfatiza los determinantes culturales-contextuales de los gustos que conforman las comunidades del blog. Véase <https://hypem.com> [14/06/2019]

¹⁶⁴ Véase “7 grandes problemas que están causando los algoritmos en el mudo”, *BBC*, 15 de febrero de 2017, en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38932308> [18/09/2020].

¹⁶⁵ Vid. LANGE, BASTIAN: “The evolution of music tastemarkers in the digital age. The rise or algorithms and the response of journalists”, en HRACS, BRIAN J., MICHAEL SEMAN, TAREK E. VIRANI (eds): *The production and consumption of music in the digital age* (New York: Routledge, 2016), pp. 237-247.

¹⁶⁶ COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 78.

¹⁶⁷ DU SAUTOY, *Programados para crear...*, p. 275.

Todo parece apuntar a que los algoritmos serán capaces de crear músicas por sí mismos destinadas a las plataformas. Así no se pagarán derechos de autor. Esto, como es evidente, tendrá consecuencias catastróficas para compositores, artistas, entidades de gestión y discográficas ya que las propias plataformas controlarán todos los procesos, desde la creación hasta el cobro de regalías¹⁶⁸.

Con la apariencia de proteger al ciudadano se han aprobado varias leyes gubernamentales. Apariencia puesto que esas leyes favorecen la invasión de la privacidad en favor del beneficio empresarial e incluso el estatal, bajo el paraguas de simular ofrecer una mayor protección contra los ataques terroristas, los malhechores y ladrones, violadores y asesinos.

Estas relaciones de espionaje y vigilancia se dan en países donde el capitalismo (China incluida) y el liberalismo han arraigado profundamente. Un capitalismo que se sirve de las jóvenes democracias para la dominación mediante una «libertad administrada» y una «represión instintiva» que «llegan a ser las fuentes renovadas sin cesar de la productividad»¹⁶⁹. Otra gran paradoja posmoderna ha surgido de la digitalización de nuestras vidas: parece no haber más remedio que dejarnos espiar. Estados Unidos aprobó en el año 2017 una normativa que permite a los proveedores de servicios de internet extraer datos de los buscadores, las redes sociales, navegadores, etc., con el propósito de venderlos a terceros, principalmente empresas y gobiernos nacionales y extranjeros. Entre los datos vendidos se encuentran la localización, la información financiera y médica, datos sobre los niños y el hogar, los números de la Seguridad Social, el historial de búsqueda e incluso el contenido de las comunicaciones personales de correos electrónicos. Con esta ley que desprotege al internauta, Donald Trump sustituía otra anterior aprobada por la administración de Barack Obama en la que al menos se pedía el consentimiento de los usuarios.

Mediante potentes algoritmos se clasifican todos los datos extraídos (robados) cuya información es vendida a otras empresas, al tiempo que los gobiernos los emplean para espiar a sus propios ciudadanos¹⁷⁰. Los tentáculos del espionaje alcanzan cualquier lugar del mundo. Recientemente, en el año 2018, se ratificó la Ley de Vigilancia de la Inteligencia Extranjera de 1978 (FISA, por sus siglas en inglés, Foreign Intelligence Surveillance Act). Una ley estadounidense que permite espiar a cualquier persona en cualquier lugar del mundo bajo la excusa perfecta de la defensa nacional.

¹⁶⁸ Véase DU SANTOY, MARCUS: “La fórmula para escribir canciones” en DU SANTOY, MARCUS: *Programados para crear* (Barcelona, Acantilado, 2020, 2019), pp. 261-284.

¹⁶⁹ MARCUSE, HERBERT: *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada* (Barcelona, Platea-Agostini, 1993, [1964]), p. 7.

¹⁷⁰ Vid. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-39431051> [última consulta 29/02/2020].

Las leyes creadas en los ochenta y los noventa están viendo cómo son suplantadas por leyes que permiten la recopilación de datos y el espionaje en un mundo que abraza la vigilancia líquida como algo natural. La propuesta de EE.UU. para acabar con las escuchas telefónicas sin necesidad de una orden judicial y frenar la recopilación de datos de internet por parte de las agencias de inteligencia, son todas rechazadas en ambas cámaras del Congreso, como ocurrió con la enmienda Amash-Conyers. Al mismo tiempo, las propuestas de ley siguen paralizadas en las comisiones. La FREEDOM Act, denominada oficialmente como “Ley para unir y Fortalecer Estados Unidos mediante el Cumplimiento de los Derechos y el Fin de las Escuchas Clandestinas, la Recolección indiscriminada y la Vigilancia en Internet”, fue aprobada el 2 de junio de 2015 para reimplantar la Patriot Act. Esta última dejó sin tocar la mayoría de las competencias de la NSA, incluida la recopilación indiscriminada de datos. El detonante para la vigilancia estadounidense a nivel mundial fueron los atentados del 11-S de Nueva York. En definitiva, se trata de soluciones locales a problemas globales, pero que invaden la privacidad de todos los ciudadanos del planeta.

El sistema panóptico de vigilancia ideado por Jeremy Bentham a finales del siglo XVIII, un sistema en el que un solo carcelero vigila a todos los presos cuyas celdas se encuentran en semicírculo delante de él, ha sido sustituido por el sistema postpanóptico de vigilancia según el cual, el carcelero puede observar los movimientos, las voces, sus conversaciones más íntimas y hasta la completa desnudez sin ningún esfuerzo añadido¹⁷¹. El sociólogo francés Gilles Lipovetsky en los ochenta y su homólogo polaco-británico Zygmunt Bauman en los noventa, ya escribieron sobre la vigilancia autoinfligida. Estas características, junto a los modelos de acopio de información y espionaje, son llamadas por Bauman «vigilancia líquida». Hoy vivimos en el sistema post-panóptico en el que los vigilantes desaparecen, para ser los propios usuarios quienes hagan el trabajo sucio, quienes entreguen voluntariamente sus propias experiencias de vida, sus gustos, sus compras, sus viajes, necesidades, inquietudes y miedos.

La digitalización de nuestras vidas representa el Gran Hermano de Orwell, el poderoso Hermano Mayor que todo lo ve y todo lo controla. Todos nuestros dispositivos digitales conectados y sincronizados a la red hacen que estemos constantemente controlados, observados,

¹⁷¹ El ejército estadounidense en la guerra de Irak (2003-2018), fue avisado desde el Pentágono de que sus soldados debían desconectar cualquier sistema de geolocalización. Por lo visto, algunos de los soldados habían instalado Strava, una aplicación destinada al deporte con rutas para montar en bici, senderismo o aerobismo. La aplicación estaba dando la geolocalización exacta de los soldados al ejército iraquí con lo que se estaba poniendo en peligro las diferentes misiones. Vid, GÓMEZ DE ÁGREGA, ÁNGEL: Mundo Orwell. Manual de supervivencia para un mundo hiperconectado (Barcelona, Planeta, 2019), pp. 191-252.

examinados, evaluados y juzgados¹⁷². Además de cambiar las nociones de propiedad (capitalismo industrial centrado en la compra del objeto), el acceso al *streaming* también ha disminuido el grado de privacidad de un mundo constantemente vigilado. En este mismo sentido, el crítico cultural estadounidense y opositor a las tendencias antidemocráticas del neoliberalismo, el militarismo, el imperialismo y el fundamentalismo religioso, Henry Giroux, afirmaba en el 2015: «La cultura de la autoestima muestra como los espacios ideológicos y afectivos del neoliberalismo han convertido la privacidad en una cultura del mimetismo de la celebridad que es a la vez cómplice e indiferente al creciente estado de vigilancia y a su revolución totalitaria»¹⁷³. Lo que hace Giroux es vincular la autoestima con la ideología neoliberal tan de moda en los países capitalistas al mismo tiempo que analiza la vigilancia como una de sus consecuencias.

La vigilancia es un contrato asumido cada vez que aceptamos las condiciones de uso de las redes sociales, las plataformas de búsqueda, las aplicaciones del móvil, el alta de un teléfono, las *cookies* o la suscripción a Spotify. Decía Bauman que: «El modelo panóptico está vivo y goza de buena salud, y de hecho está dotado de una musculatura mejorada electrónicamente, como la de un ciborg, lo cual lo hace tan fuerte que ni Bentham, ni siquiera Foucault, hubieran sido capaces de imaginarlo»¹⁷⁴. La vigilancia sin esfuerzo alguno es de dimensiones planetarias merced a la convivencia de los propios vigilados.

Aunque hemos citado a Orwell y su novela *1989* publicada en 1949, la vigilancia líquida posmoderna está hoy en día más cerca de la utopía descrita en la novela *Un mundo feliz* de Aldous Huxley de 1932. La de Huxley fue publicada poco antes de la II Guerra Mundial, la de Orwell poco después. La diferencia es que en la novela de Huxley no es necesario un gran hermano. Son los propios ciudadanos quienes aceptan las condiciones de la subordinación. Orwell temía que se pudieran prohibir los libros, Huxley que no hubiese razón alguna para leerlos. Orwell temía a quienes pudiesen privarnos de información, Huxley a quienes nos brindaran tanta «que pudiéramos ser reducidos a la pasividad y el egoísmo». Si Orwell sentía miedo por convertirnos en una cultura cautiva, Huxley temía que la cultura se trivializara y que los ciudadanos se preocuparan solo por el equivalente a las sensaciones. En Orwell se controla a la gente infringiéndoles dolor y miedo, mientras que en *Un mundo feliz* se les controla a través del placer. Aunque más que del placer, podríamos hablar de un placer simulado. En definitiva, «Orwell

¹⁷² BAUMAN, Zygmunt y David Lyon: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013), p. 21. Para Bauman nuestros teléfonos móviles son confesionarios digitales portátiles donde volcamos públicamente nuestra vida privada.

¹⁷³ Citado en COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 90; «[...]the ideological and affective spaces of neoliberalism have turned privacy into a mimicry of celebrity culture that both abets and is indifferent to the growing surveillance state and its totalitarian revolution». [Traducción propia].

¹⁷⁴ BAUMAN, ZYGMUNT y DAVID LYON: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013), p. 64.

temía que lo que odiamos terminara arruinándonos, y en cambio, Huxley temía que aquello que amamos llegara a ser lo que nos arruinara»¹⁷⁵.

Con una imaginativa erudición, el filósofo y musicólogo francés Peter Szendy, describe la escucha del espionaje como el segundo oficio más antiguo del mundo. El *Diccionario de la Academia francesa* de 1964, recoge el verbo *escouter* como la función de «oír con atención, prestar oídos para oír». Pero curiosamente el mismo diccionario introduce el sustantivo *escoute* con el significado: «lugar desde donde se escucha sin ser visto»¹⁷⁶. La *Enciclopedia* de Diderot y D'Alembert dedica un artículo a la entrada "Escucha" con el que se define: «en Arquitectura, se le llama así a las tribunas con celosías en las escuelas públicas, donde se colocan las personas que no quieren ser vistas». Y el Larousse del siglo XIX, dice Szendy, remitía el término escucha a un lugar cerrado de un convento desde donde puede seguirse el oficio sin ver ni ser visto. Por lo que se desprende de estas acepciones parece que, para poder espiar y escuchar con atención, es necesario huir del sentido de la vista, ejercer de espía, lo que Szendy llama «sobreescucha».

Cuando antes hemos hablado de la tercera revolución digital decíamos que el hecho de que casi todo el mundo asuma el precio que hay que pagar por el acceso, la instantaneidad y la ubicuidad, en realidad no hacíamos otra cosa que reafirmar la idea de Huxley con la que asumimos la vigilancia, nuestra pérdida de privacidad y en consecuencia de libertad. Otra paradoja tardomoderna más: aceptar la invasión de nuestra privacidad a cambio de sentirnos libres. También argumentábamos que nuestras sociedades se parecen al Hermano Mayor de George Orwell como una especie de gran ojo que todo lo ve, lo engulle y lo controla. Sin embargo, ahora estamos en condiciones de asumir que la distopía imaginada por Aldous Huxley es la que ha cumplido con todos los vaticinios. En lugar de la profecía del Hermano Mayor de Orwell que nos vigila, lo que ocurre es más bien que nosotros lo observamos a él por nuestra propia voluntad.

Bajo esta misma idea expresada por Huxley, Neil Postman escribía en 1985 refiriéndose a la televisión:

No hay necesidad de guardianes ni de puertas, ni de misterios de la verdad. Cuando una población se vuelve distraída por trivialidades, cuando la vida cultural se redefine como una perpetua ronda de entretenimientos, cuando la conversación pública seria se transforma en un habla infantil, es decir, cuando un pueblo se convierte en un auditorio y sus intereses públicos en un

¹⁷⁵ POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985]), p. 5.

¹⁷⁶ SZENDY, PETER: *Bajo escucha. Estética del espionaje* (Cantamares, 2021), p. 112.

vodevil, entonces una nación se encuentra en peligro; y la muerte de la cultura es una posibilidad real¹⁷⁷.

El control de nuestros gustos y hábitos solo es pura ignorancia cada vez que aceptamos las condiciones de uso sin mirar. Connivencia en el caso de que sean leídas. Un control normalizado a pasos agigantados en los últimos diez años. Recopilar, recabar, guardar, manipular y manejar toda la información que sea posible con el único objeto de canalizar y conducir los gustos y las necesidades. Algoritmos que elaboran perfiles personalizados de escucha y de consumo, en un proceso en el que cada vez más participan expertos psicólogos y sociólogos del marketing. Perfiles identificados en nichos de mercado concretos, vendidos a empresas que analizan las posibilidades de mercado aplicando excelentes políticas publicitarias.

Aunque existen intentos previos, el servicio streaming más antiguo es Pandora Internet Radio, lanzado el año 2000 con el nombre Savage Beast Technologies. A este le siguieron Last.fm en el año 2002 que permitía a los oyentes registrar su actividad de escucha, conectarse con otros oyentes con gustos similares y escuchar música en streaming recomendada por algoritmos sobre la base del historial de escucha de cada usuario¹⁷⁸.

Uno de los primeros y mejores sistemas de optimización para la recomendación de música fue creado por Apple, bautizado como Genius. Se estrenó en 2008 para mejorar el programa iTunes 8. Las recomendaciones se hacían en base a la información que el usuario proporcionaba sobre la expiación de la biblioteca personal alojada en el ordenador y sobre los datos recogidos del historial de escucha y de búsqueda en iTunes.

En el año 2014 Spotify adquirió una empresa especializada en algoritmos llamada The Echo Nest. El fundador de esta empresa, Brian Whitman, afirma que cada palabra que alguien busca en internet sobre música pasa por sus sistemas analizando términos descriptivos, frases sustantivas y otro tipo de textos para luego ser incorporados a los que llama «vectores culturales» o «*top terms*»¹⁷⁹. En la primavera de 2017, Spotify también adquirió la empresa Sonalyte por su sofisticado sistema en la detección de características de audio. También ese mismo año compraron la cacareada empresa francesa Niland, especializada en inteligencia artificial.

Con este oxigenado pulmón algorítmico, Spotify sabe el nombre, la edad, el sexo, el número de teléfono y los contactos, los datos de la tarjeta de crédito, pero también, qué, cuándo y dónde escuchamos música. Recaba información sobre las tiendas, centros comerciales, restaurantes

¹⁷⁷ POSTMAN, *Divertirse hasta morir*, p. 130.

¹⁷⁸ En la actualidad Pandora solo está disponible en el servidor de Estados Unidos y Last.fm discontinuó su servicio streaming en 2014 y centró en las recomendaciones basadas en las en otros servicios.

¹⁷⁹ COOK, *The Cambridge Companion...*, pp. 25-26.

que visitamos, la ciudad en la que vivimos o trabajamos, si acudimos a una visita médica al hospital o dónde pasamos las vacaciones. Saben lo que escuchamos, lo que hacemos y hasta cuál es nuestro perfil ideológico y político. Comenzábamos la introducción a esta tesis con estas palabras de Nicholas Cook: «Si Google sabe que estás embarazada antes que tú, entonces Spotify sabe qué música escucha la gente cuando mantiene relaciones sexuales y cuándo lo hacen»¹⁸⁰. Y si Google anticipa que una mujer pueda estar embarazada, entonces se convierte en el objetivo perfecto para empresas de pañales, leches maternas, ropa premamá, carritos y ropa de bebés¹⁸¹. Google tan solo vende esos datos a muy diversas empresas.

La vigilancia líquida tiene un precio que pagamos como ciudadanos y consumidores. Al aceptar las condiciones del contrato los usuarios de Spotify asumen la recopilación de datos técnicos que pueden incluir información de la URL (Localizador Uniforme de Recursos), las cookies, la dirección IP, el modelo de dispositivo que utiliza el usuario para conectarse al servicio, la ID de dispositivo único, atributos de dispositivo, el tipo de conexión de red (por ejemplo, WIFI, 3G, LTE), el proveedor, el rendimiento de la red del dispositivo en uso, el tipo de navegador, el idioma, información que permite la gestión de derechos digitales, el sistema operativo, la versión de la aplicación Spotify y datos de sensores instalados en los teléfonos móviles generados por movimiento u orientación (acelerómetros, giroscopios). También utilizan los datos de geolocalización para invitar a una escucha dirigida en base al país de procedencia o hasta al tiempo atmosférico de ese día concreto; porque la actitud no es la misma si llueve o está soleado y la música que “desea” escuchar el usuario será distinta. El RSS (Rich Site Summary) es un método que ofrece música optimizando los datos obtenidos sobre los gustos del usuario. Las plataformas publicitan entradas a conciertos en vivo en base a proximidad del usuario, sus gustos o el grado de fanatismo del oyente a esa música. Todo esto ocurre porque las políticas de privacidad estándar suelen estar llenas de ambigüedades, elisiones, formulaciones vagas y un tipo de lenguaje generalizado e incoherente¹⁸².

El modelo inicial de Spotify en su versión lanzada en 2007 se basaba en un modelo preexistente que empleaba la misma tecnología que el *peer to peer*. También aprovecharon el vasto catálogo de música procedente de esas plataformas de intercambio. Es decir, se usó el sistema

¹⁸⁰ *Ibid.*

¹⁸¹ CARABAÑA, CARLOS: “Cuatro cosas en las que el ‘big data’ pasó de útil a escalofriante”, *El País*, 13 de agosto de 2015, en https://elpais.com/elpais/2015/08/11/icon/1439304143_858615.html [última consulta 02/02/2021]

¹⁸² SCHERZINGER, MARTIN: “The political economy of streaming” en N. COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 291. En el año 2017, Spotify fue acusada de crear listas falsas, listas incrustadas en sintonía con géneros, estados de ánimo y experiencias. Por ejemplo, la lista de reproducción Ambient Chill incluía música de Max Richter. Se cree que se hacía para no pagar las regalías correspondientes a los contratos de cesión.

que sería perseguido y denunciado, el mismo sistema que ansiaba destruir la industria del disco, el mismo sistema que ya era usado en Suecia por una amplia comunidad de “piratas”. Spotify tomó prestado el mismo catálogo declarado ilegal por los jueces en el caso Napster, un catálogo para el que Spotify no tenía ninguna autorización¹⁸³. Modelo más que sospechoso el de Spotify en sus inicios. En el año 2015 cambió a un modelo en el que la plataforma funcionase como proveedor para la extracción de datos a los usuarios con el objeto de comerciar con ellos. Es decir, la empresa Spotify, que surgió para salvar la música de la piratería, empleó tanto el mismo sistema usado por los piratas, como los propios archivos compartidos por ellos y las mismas plataformas que decían haber hundido la industria. En definitiva, Spotify, al igual que Facebook, YouTube o Twitter son plataformas, servidores o proveedores, empresas al fin y al cabo que venden sus audiencias al mejor postor¹⁸⁴.

La explotación de datos en internet se basa en el uso de las tres uves: velocidad, volumen y variedad. Un evangelio que la industria de la cultura utiliza con la capacidad de anticipar, visualizar en tiempo real, ofrecer contenidos personalizados, observar el comportamiento mientras se consumen los contenidos, analizar las respuestas de los usuarios y los modelos de interacción con la música propuesta, y, cerrando el círculo, vuelta a anticipar los gustos y los hábitos. Todo esto se lleva a cabo mediante la inteligencia artificial y en una unidad de tiempo infinitesimal. Estar conectado es estar a la moda, aunque se esté vigilado¹⁸⁵.

Gráfico 10. Proceso cíclico de vigilancia de los usuarios en las plataformas de streaming.



¹⁸³ ERIKSON, MARIA, RASMUS FLEISCHER, ANNA JOHANSSON, PELLE SNICKARS y PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019), p. 2.

¹⁸⁴ El concepto de plataforma fue lanzado por primera vez por las propias industrias digitales; primero por Microsoft en los noventa y en el 2000 por las webs dos punto cero. Vid. <http://platformstudies.com>

¹⁸⁵ Véase, BAUMAN, ZYGMUNT y David Lyon: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013).

Con el recabado de información algorítmica, las empresas discográficas y las de distribución elaboran mapas conceptuales sobre los tipos de usuarios, ofreciendo bloques amplios de estilos y géneros que intentan evidenciar los gustos más o menos personalizados a la vez que las prácticas de escucha global. Quiero decir, no se estudia persona a persona, sino que los datos obtenidos de cada oyente son usados para crear nichos de escucha relacionados con parámetros como el gusto, el nivel cultural y económico o la zona geográfica.

Aunque sea difícil obtener datos reales sobre los mecanismos internos de las plataformas, podemos extraer conclusiones a partir de la oferta de música que presenta el *streaming*. Por un lado, se salpica al usuario constantemente con estilos de música que se asemejan a las búsquedas y escuchas realizadas. Conducen al oyente a explorar nuevos estilos y géneros que de otra manera serían totalmente desconocidos para él. Por otro lado, desde las plataformas se controla el tiempo de escucha de cada pista de audio, si el usuario cambia de pista antes del final de la pieza, y en qué momento de la pista cambia de audio. De hecho, para que los artistas y las discográficas obtengan regalías, el usuario debe superar entre veinte y treinta segundos de escucha, dependiendo de cada compañía. La oferta musical amplía notablemente el descubrimiento de nuevos artistas que presentan semejanzas con los estilos buscados, reforzando el aparente carácter omnívoro de escucha gracias al descubrimiento de otros estilos de música y artistas menos conocidos. De este modo, los algoritmos ayudan a las empresas a conocer mejor a sus usuarios y éstos, a su vez, a conocer una gran oferta musical acorde con los intereses ocultos de la industria.

Bastian Lange, profesor de la Universidad de Leipzig, observa:

Como resultado, se ofrece una amplia y casi inabarcable avalancha de piezas musicales con clasificaciones aparentemente arbitrarias. Esto supone un reto para los oyentes y las empresas que publican música. Esta avalancha también plantea la cuestión de cómo se puede descubrir música nueva y relevante, y pone de manifiesto un conflicto entre las habilidades cognitivas y la experiencia profesional con respecto al creciente uso de sistemas sociotécnicos para clasificar piezas musicales. Por extensión, plantea la cuestión de quién o qué participa en la evaluación de las piezas musicales¹⁸⁶

¹⁸⁶ LANGE, BASTIAN: “The evolution of music tastemarkers in the digital age. The rise of algorithms and the response of journalists”, en HRACS, BRIAN J., MICHAEL SEMAN, TAREK E. VIRANI (eds): *The production and consumption of music in the digital age* (New York: Routledge, 2016), p.238. «Como resultado, se ofrece una amplia y casi inabarcable avalancha de piezas musicales con clasificaciones aparentemente arbitrarias. Esto presenta desafíos para los oyentes y las compañías que editan la música. Esta avalancha también plantea la cuestión de cómo se puede descubrir música nueva y relevante y pone de manifiesto un conflicto entre las habilidades cognitivas y la experiencia profesional con respecto al creciente uso de sistemas socio-técnicos para clasificar las piezas

Por otro lado, la extrema oferta individualizadora de los contenidos es lo que Timothy D. Taylor llama la «mercantilización del gusto»¹⁸⁷. Es decir, empaquetar experiencias dirigidas a la conformación del gusto como fiel reflejo de las prácticas mercantilizadoras. Una estrategia de mercado al amparo de las fuerzas del capitalismo.

Otra consecuencia de la música online es que las plataformas ya no se diferencian ahora tanto por sus catálogos —como sí ocurría en la época de los grandes sellos discográficos que luchaban intersticialmente por sellar contratos con los mejores artistas—. Lo que diferencia ahora a unas plataformas de otras son los diseños de las interfaces, la promoción de marcas publicitarias, y cada vez más, el manejo de complicados sistemas algorítmicos de recomendación¹⁸⁸. Hoy en día las plataformas comparten casi el total del catálogo de sus grabaciones, así que deben pelear porque el oyente contrate una suscripción. Los oyentes saben que pueden hallar toda la música que quieran en cualquier plataforma y se inclinarán por unas u otras en base a su atractivo diseño y las ofertas de escucha personalizadas. La apariencia visual, la interconectividad, la posibilidad de escucha sin conexión, la elaboración de *playlist*, etc., son ofertas que encajan bien con el oyente medio. Se deja de lado la calidad del sonido y la escucha especializada en un estilo o género concreto. Bajo estas estrategias, la música clásica ha sido hasta hace poco la gran perjudicada de los modelos de recomendación y de las propias estructuras de funcionamiento de las plataformas.

Son cuatro los tipos de filtros para el recabado de datos empleados en las recomendaciones de las plataformas actuales. Hay que advertir que en los tres primeros tipos de filtro, toda la información es secuestrada directamente de los hábitos de escucha sin siquiera advertirlo el usuario¹⁸⁹:

1. Los filtros colaborativos: analizan los patrones en la actividad de escucha de los usuarios desde la misma plataforma. Es el tipo de filtrado más antiguo pues se comenzaron a usar en los noventa. Dado un conjunto de usuarios, un conjunto de ítems y un conjunto de clasificaciones que vinculan a algunos de ellos, trata de discernir un patrón que permita predecir clasificaciones futuras. Es el modo más común de recomendación. No necesita más información del usuario que los historiales de búsqueda y de escucha.

musicales. Por extensión, plantea la cuestión de quién o qué está involucrado en la evaluación de las obras musicales». [Traducción propia].

¹⁸⁷ COOK, *The Cambridge Companion...*, pp. 69-70.

¹⁸⁸ K.E. GOLDSCHMIDT y NICK SEAVER: "Shaping the stream: techniques and troubles of algorithmic recommendation" en N. COOK, *The Cambridge Companion...*, pp. 63-64.

¹⁸⁹ COOK, *The Cambridge Companion...*, pp. 69-70.

2. Los filtros de análisis de contenido: basados en el ritmo, timbres, instrumentos, velocidad (tempo), etc. Partió del llamado Music Genoma Project de Pandora para determinar los “genes” y características de la música en torno al tipo de voz, el instrumento más destacado en cada grabación, el tempo, las armonías, síncopas, líneas de bajo, sonidos sintetizados, etc. Los datos obtenidos necesitan ser interpretados humanamente. The Echo Net de Apple usa este tipo de filtros, con datos que son mapeados por expertos (en ocasiones por musicólogos) y se clasifican subjetivamente (“bailable”, “enérgico”, “triste”, etc). En Pandora, los humanos ayudan a los algoritmos, mientras que en The Echo Net, los resultados algorítmicos son interpretados por humanos.
3. Filtros basados en el contexto: usados cada vez más en los teléfonos inteligentes, recogen información del lugar de escucha, la franja horaria, etc.
4. Filtros que combinan al menos dos de los anteriores. El ejemplo más claro es Spotify que combina diferentes técnicas con la ayuda de especialistas.

La dependencia de los algoritmos es tal que preocupa a la comunidad científica. Desde el año 2010 y a través de las humanidades y las ciencias sociales, un grupo de investigadores está asumiendo el estudio crítico de los algoritmos, haciéndose eco de las tendencias en trabajo sobre tecnología y cultura. Investigan sesgos, relaciones de poder, los supuestos epistemológicos que impregnan la maquinaria pseudo-objetiva de los algoritmos, y los efectos que tendrá todo ello en la cultura del futuro¹⁹⁰.

Lejos quedan los análisis de ventas de soportes y escucha radiofónica sobre grupos de oyentes. Los métodos de evaluación actuales no se centran tanto en los gustos comunes como en los perfiles de escucha individuales. Sin abandonar del todo la tradicional comercialización de grandes éxitos con obsolescencia programada, el enfoque comercial de la industria actual se dirige al manejo y la exploración de plataformas de acceso en las que la individualidad de la escucha está diseñada por nuevos métodos de marketing. Dice Bastian Lange:

Estos formatos se interesan menos por el gusto de la "corriente principal" y se centran en perfiles de usuario más detallados y específicos de un género musical, mientras que los sistemas complejos de recomendación musical facilitan el establecimiento de perfiles de usuario específicos de un género, estructurados de forma compartimentada¹⁹¹.

¹⁹⁰ Véase, COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 73.

¹⁹¹ Citado en HRACS, BRIAN J. *The production...* p. 240. «Estos formatos están menos interesados en el gusto del 'mainstream' y se centran más bien en perfiles de escucha y de los gustos musicales más restringidos y específicos de cada género, mientras que los complejos sistemas de recomendación musical facilitan el establecimiento

El precio que pagamos por el libre acceso es la autoinfracción de nuestros derechos de protección de datos. Sabemos que la gratuidad de estos servicios no es un acto altruista, pero existen prácticas que contradicen algunos de los postulados de la sociología contemporánea. También se emplean todos esos datos para otros fines menos perversos como la medicina, la investigación, los análisis macro en la sociología, la persecución de delitos y crímenes, etcétera. Sus bondades en la escucha de música sirven para interconectar personas con gustos similares, creando redes de socialización específicas en base a géneros y artistas comunes¹⁹². La música online individualiza y refuerza estados íntimos de escucha, pero también ayuda a la creación de redes de comunidades aurales, en el preciso sentido que lo hacen las redes sociales. Los efectos pueden ser prometedores o funestos según se mire. Por un lado, estas redes pueden confinar guetos de consumidores circunscritos a determinados estilos y artistas, pero también conducirlos a quebrar el horizonte ampliando el margen de escucha y el descubrimiento de grupos y estilos menos conocidos. Puede conectar comunidades lejanas que de otra manera sería imposible descubrir. Se trata, pues, de una especie de democratización y omnivoridad controlada de la cultura y de una expansión multicultural.

Podemos llegar a la conclusión de que lo que aísla o cohesiona a un grupo en cuanto a la escucha de música no es el manejo del soporte en sí, sino el del aparato reproductor o el amplificador del sonido, por un lado, y las diferentes maneras de acceder a la música por otro. Lo más interesante a nuestro juicio es observar cómo y dónde se reproduce la música, por un lado, y cómo son las marcas de socialización propias de cada época en base al importante uso tecnológico por otro.

Hemos visto en este apartado que la escucha individual no solo ha sido animada por los desarrollos tecnológicos en cuanto a soportes y reproductores, sino que forma parte de un nuevo modelo social y de relaciones que tienden a la personalización, la individualización y el hedonismo del hombre posmoderno, pero en el que también están permitidos actos de socialización y de interacción. Una visión que a priori podría resultar agorera y pesimista, pero que en realidad advierte sobre los peligros de un retroceso en la cultura y sobre la creación de un reciente modelo ideológico que «impone un estilo de vida, un tipo de relaciones humanas y de ideas, sobre las cuales no hay consenso, ni discusión, ni oposición, sino sólo conformidad. La conciencia pública todavía no ha asimilado el hecho de que la tecnología es ideología»¹⁹³. La

de perfiles de usuario específicos de cada género estructurados de una forma compartimentada». [Traducción propia].

¹⁹² *Ibid.*, p. 242.

¹⁹³ POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985]), p. 131.

autoinfligida vigilancia líquida de la posmodernidad se ha implantado y está tan controlada por un puñado de grandes empresas que la filosofía, la sociología y la musicología no han tenido tiempo aún para un análisis profundo y un pronóstico a corto plazo.

Vamos a ver en el siguiente apartado que la escucha individual está directamente relacionada con la portabilidad de los aparatos reproductores, que trasladó la música grabada del hogar a las calles, la playa, el campo y hasta el espacio estelar.

5.2. LA ESCUCHA UBICUA. DEL TRANSISTOR AL STREAMING¹⁹⁴

Los canales habituales de transmisión de la música hace doscientos años se experimentaban a través del cuerpo, del cara a cara, directamente de la voz o del instrumento, de la respiración y del movimiento¹⁹⁵. La manifestación del aura en la transmisión del arte a la que se refería Benjamin emanaba de la relación directa, esencial e íntima como resultado de la interacción compartida y la simbiosis entre la interpretación y el público en la sala de concierto y el teatro de ópera. La función de mediar entre el compositor y la escucha recaía en la figura del intérprete. La música sonaba en vivo y desaparecía junto con el último acorde. Tan solo el recuerdo personal, la memoria, y la crítica periodística mantenían viva la experiencia por un tiempo. Estar presente en un momento y lugar determinados, condicionaban y limitaban la cantidad y la calidad de la música, así como los estilos, el repertorio, y hasta el tipo de públicos.

Al llegar la grabación, el acceso a la cultura musical devino en pluralismo, aumentando la variedad de oyentes y los modos de acceder a la música. La mediación directa del lugar y tiempo se vio trastocada, y con ella, la relación tradicional entre el intérprete y el oyente. Al perpetuar, inmortalizar la música en un objeto físico, que adoptaba ahora el papel de mediador, la relación tradicional interprete-oyente tendió a descorporeizarse, al añadir una nueva capa de mediación (tecnológica), susceptible una escucha repetitiva, y fácil de copiar y distribuir en soporte. La escucha de música se dilata y posterga, quedando a merced del oyente. Un oyente que controla ahora el espacio y el tiempo de escucha. Un oyente generador de música. Yendo más lejos, podríamos afirmar que la relación interprete-oyente sencillamente ha cambiado. Como dice Timothy Day: «grabar música ha permitido desarrollar un tipo de intimidad entre oyente e intérprete que antes no hubiera sido posible»¹⁹⁶.

A lo largo de la historia de la grabación, el oyente ha perdido parte del contacto directo con los músicos, y la dramatización que suponía el espectáculo en vivo paso a segundo plano. Alejado de la experiencia que representaba la música en vivo, tal vez el caso más emblemático de distanciamiento lo represente la ópera, donde la pérdida de contacto ya no sólo afecta a la música en vivo *per se*, sino a todo el aparato teatral, visual y espectacular que representa. Con todo y ello, es bien sabido que esta ausencia teatral de lo visual intentó suplirse mediante otros recursos

¹⁹⁴ El título de este apartado quiere dejar de lado parte de los estudios de música móvil editados por la Oxford University Press en los que tienen en cuenta todo tipo de música móvil, en vivo o grabada. Aquí nos centramos exclusivamente a la escucha portátil grabada. Nos referimos a los trabajos editados por Sumanth Gopinath y Jason Stanyek en el año 2014; GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 1 y 2 (New York, Oxford University Press, 2014).

¹⁹⁵ HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (ed): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), p. 265.

¹⁹⁶ DAY, TIMOTHY: *Un siglo de música grabada* (Madrid, Alianza Editorial, 2000), p. 211.

sonoros: por ejemplo, con el tipo de vibrato completamente personal que servía para reconocer las características propias de cada intérprete. Otro recurso consistía en exagerar las dinámicas, los contrastes de tempo, empleando recursos de estudio como el estéreo, planos sonoros, efectos, etc. En este sentido, el filósofo Stan Godlovitch considera que cuando la causalidad primaria de la música, es decir, la creación de un arte inmediato que reúne a los intérpretes con los oyentes queda desplazada por la tecnología, las propias concepciones del arte y la performance sufren un importante cambio¹⁹⁷. Por otro lado, con todos estos cambios, el oyente ganó en virtualidad y control, pues será competente y estará capacitado —gracias precisamente a la tecnología— para poder postergar los tiempos y espacios de escucha que antes le eran vedados.

Richard A. Peterson y John Ryan consideran que la música ha ido perdiendo el contacto directo del cara a cara entre el músico y su público a lo largo de cuatro fases. Históricas. La primera tuvo que ver con la emergente notación musical que hizo posible la separación entre el compositor y el intérprete. Siglos después, en la era industrial del XIX, se produjo una escucha más íntima en los salones particulares de buena parte la burguesía que practicaba al piano individualmente o en pequeños grupos familiares o de amigos. En tercer lugar, las grabaciones del siglo XX provocaron una distancia aún mayor entre el compositor, los intérpretes y los oyentes, al mismo tiempo que emergía una gran cultura de masas. Por último, los discos y la radio, desde mediados de los años cincuenta del siglo XX, forjando un nuevo tipo de escucha global de música popular. Siguiendo las cuatro fases de estos investigadores, el progresivo alejamiento de los segmentos que formaban el triángulo compositor-intérprete-oyente, se ha fraccionado a lo largo de la historia como consecuencia necesaria de algunos desarrollos tecnológicos. No es casual que estas cuatro fases a las que aluden Peterson y Ryan sean consecuencia, respectivamente, de la imprenta, de la fabricación de instrumentos, de inventos como los de Edison, Berliner, Marconi, y del transistor de Sony y el vinilo de la Columbia- CBS¹⁹⁸.

La pérdida que supuso el control de la producción y los espacios y los tiempos de escucha de la música en vivo para la burguesía, a la vez que la música popular triunfaba durante las tres primeras décadas del siglo XX, sería entendido por buena parte de la gente de acomodo, como un ataque frontal a su modelo de vida, así como una pérdida del control ideológico y político. Las principales críticas de esta pérdida salieron de la Escuela de Frankfurt y su Teoría Crítica, cuyos principales adalides fueron Benjamin primero, y Adorno, Horkheimer y Marcuse después. El nuevo enfoque neomarxista se dirigiría a la cultura, en lugar de la idea centrada en las

¹⁹⁷ GODLOVITCH, STAN: *Musical performance. A philosophical study* (Londres, Routledge, 1998), p. 5-6.

¹⁹⁸ Véase HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (eds.): “La musa sin cuerpo” en *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), pp. 265-278.

desigualdades causadas por la polarización entre los tendedores de los sistemas de producción y los tendedores de la fuerza de trabajo. Aún en las primeras décadas de la historia fonográfica existió un poder legitimario del estatus debido al alto precio de los soportes y los reproductores. Esto fue así al menos hasta 1920, década en que surgen los procesos democratizadores dirigidos al acceso de la cultura de las masas, procesos en los que la radio tuvo un lugar privilegiado. Con todo, la distinción socio-tecnológica continuó midiéndose en marcos como la cantidad de música y de aparatos a los que se tenía acceso mediante la compra.

Aquella idea de Pierre Lévy acerca de que los medios de comunicación de masas transfigurarían los paradigmas de comportamiento, debe ser entendida a estas alturas de tesis como un aforismo¹⁹⁹. Si entendemos por comportamiento aquellas conductas relacionadas con los hábitos, el consumo, las modas, las prácticas culturales y hasta las actitudes afrontadas frente a la vida, entonces, los medios de comunicación no sólo transforman los paradigmas de comportamiento sino los del propio conocimiento y la teoría de los fundamentos y los métodos del conocimiento científico, es decir, la epistemología. Más aún, pensamos que los medios de comunicación forman parte del estudio de la hermenéutica y la comprensión ontológica en sentido amplio.

La grabación de estudio acabaría siendo, al fin y al cabo, un mantenedor del carácter aurático de la música en directo. Se podría decir incluso que la grabación ayudó a conservar el poder efímero y aurático de la música en vivo, haciendo de ella un arte más social y democrático. Nacieron con ello, un nuevo significado y unas nuevas condiciones para la recepción del aura, un nuevo tipo de memoria popular. Como observa John Mowitt, profesor de la Universidad de Leeds, «El carácter ritual del arte aurático se manifiesta [ahora] en el culto a la tecnología»²⁰⁰. Con esta premisa y a la vista de los acontecimientos, podemos suponer que el concepto de aura aplicado a la música perteneció en exclusiva a un tipo de música en un periodo histórico con difícil encaje en nuestro mundo posmoderno.

Tres factores han sido la hoja de ruta de los investigadores tecnológicos del soporte desde que surgió el fonógrafo en 1877: movilidad del soporte, miniaturización y aumento en la capacidad de almacenamiento. Es necesario advertir que la producción de fonogramas y la fabricación de aparatos de reproducción perteneció en ocasiones a las mismas empresas. Es el caso de Denon, Sony o Philips. Las guerras intersticias entre el cilindro y el disco, el fonógrafo y el gramófono, los discos de 78rpm y los discos de 45 rpm, o las de 45 rpm *versus* 33 rpm, la lucha

¹⁹⁹ LÉVY, PIERRE: *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* (Barcelona: Anthropos, 2011, [2007]), p. 31.

²⁰⁰ MOWITT, JOHN: "Sound of music in era of electronic reproduction" en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), p. 220.

del *long play* contra los discos de 78 rpm, o del compact disc contra el vinilo, la del MP3 contra el compact disc, y la más recientes las de los archivos P2P contra cualquier soporte en general, y la del streaming contra el CD, en la gran mayoría de los casos no ha hecho otra cosa que favorecer económicamente a la industria.

Las empresas que negocian con la cultura de masas siempre han deseado ofrecer objetos de consumo prácticos, atractivos y funcionales. Los primeros fonógrafos, gramófonos y radios eran muy pesados y debían ubicarse obligatoriamente en espacios fijos (preferentemente dentro del hogar) o en espacios públicos destinados al ocio o el consumo. Muchos de aquellos aparatos fueron comprados por establecimientos públicos, salones y cafés para, en gran medida, sustituir a los pianistas y a los pianos de rollo. Aunque las empresas ofrecían la posibilidad de compra financiada de gramófonos, no fue hasta la década de 1920 cuando los particulares pudieron adquirirlos sin demasiados esfuerzos económicos. Los primeros fonógrafos o gramófonos mecánicos podían ser desplazados a otros lugares de la casa: los más pesados incorporaban ruedas. Al llegar la luz eléctrica, las manivelas y los sistemas de cuerda —que habían tomado prestado su mecanismo de los relojes—, serían eliminados, y los gramófonos quedarían definitivamente fijados como un mueble más del salón. Pero pronto surgió la necesidad de llevar la música de picnic, a pequeñas embarcaciones de recreo, a investigaciones etnográficas, o incluso a paliar el tiempo de espera en las trincheras antes del combate durante la Primera Guerra Mundial²⁰¹.

Algunas de las cualidades comúnmente aceptadas en torno a la miniaturización electrónica están enmarcadas dentro de los modernos ideales industriales de eficiencia, racionalización, reproducción mecánica, movilidad e individualismo. El creciente interés por la tecnología personal y personalizada, la comunicación global, la densidad y la robustez, la fiabilidad y la reducción de los requerimientos de energía y costos de producción, completan los principales factores de la tecnología miniaturizada.

A mi juicio, la escucha portátil, vista desde la perspectiva de la historia tecnológica y social tiene cinco factores de estudio diferentes: primero, la progresiva miniaturización del soporte y los aparatos de reproducción; segundo, el transistor, que al miniaturizar los aparatos reproductores dio paso a una excelente portabilidad; en tercer lugar el Walkman, primer reproductor de masas destinado a la escucha portátil y a la carta; en cuarto lugar el MP3, que amplió la biblioteca musical, haciendo del soporte un elemento secundario, y celebrando la reproducción

²⁰¹ Disponían de un sistema de cuerda parecido a los relojes de la época. Antes del fonógrafo se fabricaban pequeños instrumentos mecánicos de soporte codificado: cajas de música y pianos de manivela de cilindros con púas; cajas de música con discos con pestañas; pequeños órganos de manivela con discos perforados. *Vid.* ARACIL, ALFREDO Y M.ª SOLEDAD ASENSIO CAÑADAS: *Música mecánica. Los inicios de la fonografía* (Granada, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 2004), pp. 79-94.

portátil de infinidad de música; y por último el *streaming*, que abrió los canales de acceso a toda la biblioteca de música permitiendo el acceso inmediato, portátil e interactivo.

Desde los mismos comienzos de la fonografía, siempre se dio un interés en la ciencia y la tecnología por fabricar soportes y reproductores que ofrecieran una escucha portátil y ubicua. Pero no fue hasta la década de 1980 cuando emerge un empeño en estudiar de la escucha portátil. Los primeros en abordar ese campo provinieron de una sección de la sociología de la música, cuya base de estudios principal se haya en la Universidad de Oxford, en lo que se llamaron los *mobile music studies*. Desde una perspectiva similar al enfoque epistemológico de esta disciplina auxiliar, intentaremos abordar el tema de la portabilidad de la escucha mediante una historia que comienza con la propia grabación para llegar hasta el presente, con especial interés a lo que supuso la miniaturización de los soportes y los reproductores que más han condicionado la portabilidad: el transistor, el Walkman, el MP3 y el streaming.

La escucha de música doméstica fue durante los primeros años de la fonografía un acto social que pretendía perpetuar el ritual de la escucha en vivo del siglo XIX tomado como ejemplo²⁰². Algunos anuncios mostraban a oyentes adoptando una postura de escucha atenta, en pequeños grupos que en horario vespertino se vestían como si estuvieran en la sala de conciertos. Y se escuchaba en grupo porque recordemos que existía la convicción de estar haciendo algo malo cuando una persona escuchaba música solo. El ensayista Orlo Williams se preguntaba en un artículo firmado para *The Gramophone* en 1923 cómo reaccionaría si viese a un amigo escuchando música en solitario: «you would look twice to see whether some other person were not hidden in some corner of the room, and if you found no such one would painfully blush, as if you had discovered your friend sniffing cocaine, emptying a bottle of whisky, or plaiting straws in his hair»²⁰³. Incluso se llegaba a alabar la superioridad del gramófono frente a los ruidos indeseados de la música en directo, toses, susurros, papeles de caramelo, etc.²⁰⁴ Por esto, no podemos estar de acuerdo con Simon Frith cuando afirma que por culpa de la grabación la música dejaría de «estar enmarcada por un lugar especial o un tiempo» y que por lo tanto dejó de entenderse como un acontecimiento²⁰⁵. La escucha de música grabada debería ser entendida, a mi juicio, un acontecimiento en sí mismo, al margen de la música en vivo, con sus propios rituales de escucha.

²⁰² COOK, NICHOLAS: *Beyond the score. Music as performance* (Oxford, Oxford University Press, 2013), pp. 341-344.

²⁰³ *Ibid.*, p. 344

²⁰⁴ *Ibid.*, p. 345.

²⁰⁵ FRITH, SIMON: *Ritos de la interpretación: Sobre el valor de la música popular* (Argentina, Grupo Planeta: Edición de Kindle, Spanish Edition, 2017).

El fonógrafo, el gramófono, pero sobre todo la radio, introdujeron en la escucha doméstica todo un catálogo de música popular. Al miniaturizarse estos aparatos, la música inundó todos los ambientes, «de ahí que, cada vez con más frecuencia, es la música la que se mueve y la gente no necesita desplazarse para escuchar la música que le apetece en el momento en que le apetece»²⁰⁶. Por este motivo, la radio, tremendamente popular desde 1922, fue vista como una gran amenaza para la industria fonográfica en su conjunto. No sólo le disputaba los oyentes dispuestos a pagar por los discos, sino que influía en las expectativas del público sobre cómo y qué música se debía escuchar. Recordemos que la radio fue el primer sistema en incorporar la microfonía y la grabación eléctrica²⁰⁷. Dicho de otra manera, el oyente se adaptaba con rapidez a las mejoras y las modas de grabación y reproducción eléctricas, pues ofrecían mejoras notables en la calidad del sonido. Todo ello no evitó perder compradores de discos y gramófonos mecánicos.

La primera grabación eléctrica de música clásica la hizo el famoso pianista Art Gillham —llamado “el pianista susurrante”— para la Columbia en 1925. La segunda grabación es de Alfred Cortot registrando obras de Schubert y Chopin en los estudios Camden (Nueva Jersey) para la Victor Talking Machine americana. La grabación acústica perdía adeptos cuando apareció la grabación eléctrica. Pero todas estas mejoras en el sonido no se implementaron por completo hasta que la radio FM (Frecuencia Modulada) se popularizó a partir de 1933; la frecuencia AM (Amplitud Modulada) era de peor calidad y sus retransmisiones distaban de parecerse al sonido natural de los gramófonos. Hasta el famoso director de orquesta Leopold Stokowski, gran promotor de las grabaciones eléctricas gustaba de ofrecer pruebas de sonido a ciegas, para acabar en los primeros avances del sonido estereofónico desde 1933. Precisamente el sonido estereofónico, desarrollado al mismo tiempo que la frecuencia modulada, sería pronto adoptado por el medio de moda, la radio²⁰⁸.

²⁰⁶ HOWARD, *Sociedad on-line...*, p. 266.

²⁰⁷ MILNER. GREG: *El sonido y la perfección* (España, Léeme Libros, 2015), p. 49.

²⁰⁸ *Ibid.*

Imagen 19. Pequeño gramófono portátil de la Columbia Graphophone Company de 1915.

Gramófono de la Columbia Graphophone Company Ltd. Londres, c. 1915. Dimensiones: Longitud, 17cm; Altitud, 36,5 cm; Fondo, 25 cm. Motor de cuerda, transmisión por engranaje, regulador de velocidad centrífuga, mecanismo con control de velocidad. Reproducción mecánica. Soporte: discos de pizarra (diámetro del plato, 25 cm).



Imagen 20. Gramófono en miniatura belga de 1925



Gramófono miniatura, Colibrí. Bélgica, 1925, CDMA 505. En el asa aparece la inscripción FABRICATION COLIBRI / BELGE. Dimensiones: Longitud 24,2 cm; Ancho 9,1 cm; Alto 4,5 cm. Caja de metal. Motor de cuerda. Transmisión por engranajes. Regulador de velocidad centrífuga. Reproducción mecánica. Soporte: disco de pizarra de 78 rpm con diámetro de 3,2 cm. Grabación lateral. Reproductor: Maestrophone. Modelo: Maestoso. Diafragma de mica. Aguja de metal.

Imagen 21: Gramófono en miniatura suizo de 1920



Gramófono miniatura, Mermod, Suiza, 1920, CDMA 534. Inscripción: MERMOD PATENTED / SWISS MADE. Dimensiones: Longitud 27,7 cm; Alto 5,2 cm; Fondo 12,1 cm. Motor: de cuerda. Regulador de velocidad centrífuga. Reproducción mecánica. Soporte sonoro: disco de pizarra para plato de 6 cm. Grabación lateral. Reproductor: diafragma de aluminio; aguja de metal.

El proceso de escucha doméstica se iría abriéndose camino fuera del hogar a lo largo de todo el siglo XX, en un marco netamente democratizador que multiplicaba el acceso, los lugares y los tiempos de escucha²⁰⁹. Los inicios de lo que Anahid Kassabian llama acertadamente la «escucha omnipresente» para referirse a las formas de escucha portátil, y que podemos observar hoy naturalizado en el paisaje urbano, se deben buscar en los hábitos de escucha de la música popular de las grandes ciudades europeas y norteamericanas de finales del siglo XIX. Los *cafés-concert* y el cabaré francés, el *music-hall* británico, las *Variété* alemana y francesa y los *minstrel show* en Nueva York, fueron los lugares preferidos por aquellos estratos más humildes en las grandes urbes. Quienes acudían a estos salones, cafés y pequeños teatros podían escuchar algunas piezas o arreglos de óperas, oberturas, operetas, valeses, polcas, mazurkas y los fragmentos más reconocidos de obras de Mozart, Beethoven, Carl Maria von Weber o Franz Von Suppé, además de la música popular de moda del momento²¹⁰. Pero la música popular no quedó restringida a estos espacios cerrados, sino que también sonaba en las calles y en pequeños locales. Organillos, mecanismos automatizados, cajas de música y pequeñas pianolas que se podían transportar de un lugar a otro esparciendo la música popular y extractos famosos de música clásica. La mecanización automática de la música fue el antecedente de una música popular urbana y portátil.

RADIO

La primera radio a transistores salía al mercado en 1955. Dos años más tarde lo haría la primera radio de bolsillo, la radio más pequeña del mundo durante años²¹¹. El año 1957 suele tomarse la fecha oficial para la producción en masa de esta pequeña radio de SONY y con ella, el inicio de la escucha portátil en masa. Una escucha que fue en buena medida privatizada, aunque no en la precisa dimensión que hoy la entendemos. «Con la llegada del transistor portátil —argumenta Paul Thebergé— se podía llevar fácilmente la radio al trabajo, a la playa, al colegio o al dormitorio de cada uno, algo que facilitó enormemente el que se apreciara la música

²⁰⁹ No obstante, cada vez que los precios fueron lo suficientemente bajos como para que una masa población amplia pudiese comprar los aparatos, es seguida surgían tecnologías que mantenía la legitimación del estatus.

²¹⁰ MORAT, DANIEL: “Music in the air -listening in the streets”. *Popular music and urban listening habits in Berlin ca. 1900* en THORAU, *The Oxford Handbook...*, pp. 335-353.

²¹¹ Para convencer a sus posibles compradores, Sony encargó hacer unas camisetas con los bolsillos algo más grandes en las que cupiera la radio transistor de bolsillo, *vid.* MARSHALL, DAVID: *Akio Morita y Sony* (Zaragoza, Luis Vives, 1995), p. 24.

El primer artículo importante de consumo de producido por Tokyo Tsushin Kogyo fue un magnetófono lanzada en Japón en 1950.

pregrabada ya que permitía que cada uno se abstraiera del resto de personas que le rodeaba»²¹².
Continúa Thebergé:

[...] durante los años cincuenta, el transistor de radio portátil fue un componente esencial para las sensaciones de libertad y movilidad características de la cultura juvenil de la posguerra. Análogamente, el llamado *ghetto blaster* o *boom box* de los setenta y ochenta, siendo sustancialmente más grande que los transistores de radio, sirvió para alimentar la cultura callejera del hip-hop²¹³.

La radio transistor importada a Estados Unidos desde Japón por Akio Morita se convirtió en poco tiempo en el medio de escucha preferido de la sociedad americana de posguerra. Morita sabía de la oportunidad de la exportación mundial por lo que poco después la llevó a Europa y al resto de continentes. La rápida expansión del recién llegado e insurrecto rock and roll, ayudaría extraordinariamente a la difusión de la radio. Aunque, como advierten Tim Wall y Nick Webber, no debemos dejarnos llevar por representaciones románticas de la cultura juvenil estadounidense de la época alentadas por películas como *American Graffiti* o musicales del estilo de *West Side Story*²¹⁴. Aún existiendo un pequeño desfase entre la aparición de la radio y el rock and roll, Wall y Webber creen que «la radio no solo respondió al nacimiento del rock and roll, sino que lo inventó»²¹⁵.

Pero antes de generalizarse su uso como dispositivo portátil para llevar al trabajo, al campo o en el propio hogar, la radio fue primeramente incorporada en los coches²¹⁶. Durante sus primeros años, Estados Unidos apostó por la radio en los automóviles como un modelo experiencial en los desplazamientos privados, hacia los lugares de trabajo, los centros de enseñanza o la

²¹² THEBERGÉ, PAUL: “Conectados: la tecnología y la música popular” en FRITH, SIMON et al: *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001]), pp. 25-51. Véase también, RICHARD A. PETERSON y John Ryan: “La musa sin cuerpo”, en HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (eds.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005).

²¹³ *Ibid.*, p. 47. Para una breve historia sobre el Boombox véase también JOSEPH SCHLOSS y BILL BAHNG BOYER: “Urban echoes: the Boombox and Sonic mobility in the 1980s” en *The Oxford Handbook...Vol. 1*, pp. 399-412.

Los Boombox a los que se refiere Thebergé también incorporaban radio, pero su uso principal no tenía nada que ver con ella. La primera vez que apareció el término Boombox fue en el *New York Times* en 1981, y su sinónimo Ghetto Blaster sería más popular en Londres un año después. Aunque su sistema funcionase a base de transistores, la cultura del hip-hop y del *Boombox* representan lo contrario a la miniaturización del soporte. Fue una especie de isla en mitad de la miniaturización, y una importante excepción en el proceso individualizador de la escucha.

²¹⁴ WALL, TIM y NICK WEBBER: “Changing cultural coordinates: the transistor radio and space, time, and identity”, en GOPINTAH, *The handbook...Vol. 1*, pp. 118-131.

²¹⁵ *Ibid.*, p. 127.

²¹⁶ En 1946 casi el 40% de los nueve millones de coches estadounidenses tenían radio. En 1963, la cifra subió al 60% de 50 millones de coches. Los dos discos que convirtieron al automóvil como referente de escucha asociada al automóvil y el rock and roll fueron *Maybellene* de Chuck Berry y *Rock Around the Clock* en la versión de Bill Haley and the Comets; GOPINATH, *The handbook...Vol.1*, p. 121.

nueva moda de cruzar el país por la recién creada Red de Carreteras Federales de Estados Unidos²¹⁷. El coche en los años sesenta y setenta se convirtió en el icono del desarrollo y la prosperidad en muchos países desarrollados. Y la radio que incorporaba ayudó a definir la imagen de individualidad y autonomía del ciudadano medio, creando nuevos ambientes sonoros subjetivos, que configuraron un modelo de experiencia personalizada²¹⁸.

Otro factor que alentó el reconocimiento de la radio es la amplísima red de emisoras privadas e independientes —no estatales como en Europa y Gran Bretaña—, que aparecieron en pocos años, con programaciones atractivas destinadas a los jóvenes fanáticos del rock and roll²¹⁹. No menos importante fue el nuevo sistema educativo que ascendía a dieciséis años la obligatoriedad escolar, permitiendo más tiempo libre dedicado al ocio. El *baby boomer* de los sesenta en un periodo de prosperidad económica, los movimientos pacifistas y feministas, y la defensa de los derechos de los negros, completan el marco social en el que la radio despuntó. La movilidad ganada a la radio con el transistor permitía disfrutar de la música en contextos y circunstancias muy variadas para pasar a convertirse en un bien personal.

El repertorio estuvo dirigido por los programadores de las emisoras. A su vez, se idearon nuevos formatos radiofónicos que reconfiguraron la oferta de programaciones basadas en la especialización musical de diferentes géneros con el objetivo de atraer a un importante número de nuevos oyentes²²⁰. La principal diferencia con la televisión, su principal competidora hasta las décadas de 1950 y 1960 en que esta última acabaría implantándose, consistía en que el tipo de emisiones televisadas no hacía otra cosa que reforzar a la dominante burguesía de posguerra con programaciones a ellos dirigidas. Por el contrario, la radio estuvo destinada a agradar a una gran masa. A finales de los setenta ya abarcaba jóvenes, amas de casa, afroamericanos, trabajadores, y un abanico amplio de oyentes. Se certificaron emisoras especializadas en música negra, en blues, jazz, country, música melódica, dirigida al gusto femenino, y emisoras dirigidas

²¹⁷ En este sentido hemos visto que Michael Bull se centra en el iPod como una especie de panacea de la escucha portátil, sin embargo, creo que se salta un importante periodo y necesario para entender la historia de la escucha urbana.

²¹⁸ Para profundizar en la escucha en el automóvil particular véase WILLIAMS, JUSTIN A. “Cars with the boom: music automobility, and hip-hop, sub-cultures”, en GOPINATH, *The Oxford...*, Vol.2, pp. 109-145.

Las características técnicas de las estaciones de Frecuencia Modulada desde 1933, acarrearón una mayor calidad del sonido, con emisiones estereofónicas desde 1953, y un aumento considerable del número de emisoras puesto que tan solo era necesario un pequeño equipo para comenzar a emitir en una frecuencia de alcance más corto que la AM (Amplitud Modulada).

²¹⁹ El número de emisoras creció hasta las 2.750 en el periodo de veinte años que va de 1945 a 1965. La radio con licencia según el modelo independiente de los Estados Unidos no llegó a Gran Bretaña hasta 1967 cuando se estableció la BBC Radio One; Gopinath, *The Handbook...* Vol.1, p. 123.

²²⁰ DURÁN, JAUME y LYDIA SÁNCHEZ (eds.): *Industrias de la comunicación audiovisual* (Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona, 2008), p. 132.

a determinadas etnias, nivel de ingresos o incluso capital cultural. En suma, la radio fue el perfecto aliado en la democratización de la música del ciudadano medio de Occidente.

No obstante, si existe una empresa que supo ver de la importancia de la escucha en un aparato en miniatura, esa fue la nipona SONY²²¹. La primera escucha móvil de uso masivo, que surge en los cincuenta y los sesenta, estuvo ligada a la radio a transistores de SONY, que venía a sustituir a la voluminosa, pesada y delicada radio de válvulas que funcionaba a pilas. Una radio a transistores, unos dispositivos electrónicos que revolucionarían la fabricación de componentes tecnológicos de muchos aparatos posteriores y que fue desarrollado en 1948 por la compañía Bell Telephone Laboratories²²².

La gran mayoría de los sociólogos que hemos estudiado aquí hacen coincidir los cimientos de la posmodernidad con el final de la Segunda Guerra Mundial. Es la época en la que Bell Telephone Laboratories desarrolla el transistor en 1948, mismo año en que la Columbia Records lanza al mercado su disco de vinilo de 33 r.p.m. Una época en la que, como hemos visto, comienza una tímida escucha portátil gracias a la radio transistor desde 1957. De este modo, la década de 1950 da el pistoletazo de salida a una movilidad de la escucha que no ha cesado hasta el momento y que debemos relacionarla no sólo con el desarrollo tecnológico, sino con procesos políticos, sociales y económicos. La actualidad es ya un momento de movimiento continuo, de acceso inmediato y de búsqueda de constantes y cambiantes experiencias²²³.

Paul Thebergé, refiriéndose a las características de movilidad y miniaturización de los equipos Hi-Fi, las cadenas y las minicadenas tan de moda en los años de posguerra, escribe:

[...] han sido dos factores determinantes en el diseño de las tecnologías de audio, que han generado un amplio abanico de prácticas estéticas como sociales, no lo ha sido menos del desarrollo de una serie de tecnologías cada vez más sofisticadas concebidas para el consumo de la música en el ámbito doméstico²²⁴.

²²¹ «[...] el prestigio de la electrónica y en general de la industria japonesa estaba en la miniaturización», afirmaba Eduardo Casanueva en 1995 para Scherzo; vid CASANUEVA, EDUARDO: “Espacio vital”, *Scherzo*, abril, 1995, p. 157.

²²² El transistor se aplicaría enseguida a radios, televisores, reproductores de audio y video, relojes de cuarzo, computadoras, lámparas fluorescentes, tomógrafos, teléfonos, etc., casi siempre dentro de circuitos integrados. Vid. <https://en.wikipedia.org/wiki/Transistor> [07/06/2019].

²²³ RIFKIN, *La era del acceso*, 2017, [2001] y RIFKIN: “De los derechos de propiedad a los derechos de acceso” en RIFKIN, JEREMY: *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis* (Barcelona, Paidós, 2018, [2009]), pp. 523-532.

²²⁴ THEBERGÉ, PAUL: “Conectados: la tecnología y la música popular” en FRITH, SIMON et al: *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001]), pp. 47-48.

Thebergé explica que la consecuencia más importante de la miniaturización y la portabilidad reside en su poder para el cambio social y en los modos de escucha de la música. La portabilidad de los aparatos hizo posible compaginar la escucha con un sinfín de actividades urbanas y al aire libre, con las consecuencias que ello ha tenido en los modos de consumo de ocio y las relaciones interpersonales.

El transistor tuvo efectos en la portabilidad de los aparatos, su miniaturización, y la escucha individualizada, «una verdadera revolución en el campo de la electrónica, abriendo el camino de la tecnología hacia la miniaturización y la omnipresencia», afirma James Gleick, escritor, periodista estadounidense y especialista en diferentes ramas de la cultura de la ciencia y la tecnología²²⁵. Así, la década 1955-1965 perfiló así un tipo de oyente móvil que no cejó en su empeño por disponer cuanta música le fuera posible llevar a cualquier sitio.

El entorno doméstico, dice Yúdice, era un lugar idóneo para la cohesión de puntos de interacción familiar gracias a la escucha compartida de la radio y el gramófono, convirtiendo el salón en una «minisala de conciertos»²²⁶. Pues bien, primero la radio a transistores y más tarde el Walkman acabaron con la escucha familiar compartida. Radio transistor y Walkman propiciaron un tipo de escucha que disolvía el entorno aural doméstico, animando a la escucha en un contexto privado y urbano. Desde su punto de vista sociológico, Simon Frith lo explica de la siguiente manera:

en el periodo que siguió a la Segunda Guerra Mundial, con la multiplicación del número de aparatos de radio y tocadiscos que había en las casas, y dado que el tamaño de las radios se redujo considerablemente, estos aparatos se desplazaron a los ambientes más íntimos del dormitorio y el lugar de trabajo. Ahora la audición individual de la música resultaba más sencilla, pudiendo optarse por estilos “inaceptables” o del disgusto de los demás²²⁷.

La radio transistor estimuló la escucha individual y portátil, aunque no se trate todavía de una escucha personalizada en lo que se refiere a la elección de los contenidos. Será el Walkman el primer reproductor cuya escucha deja de estar dirigida por una programación externa. Programar la escucha pasa a manos del propio usuario, quien controlará su repertorio decidiendo qué, cuándo y dónde quiere escuchar.

²²⁵ GLEICK, JAMES: *La información. Historia y realidad* (Barcelona, Crítica, 2012, [2011]), pp. 11-12.

²²⁶ G. YÚDICE, *Nuevas tecnologías...*, p. 38.

²²⁷ FRITH, SIMON (*et al.*): *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001]), p. 96.

El disco, la radio, el hilo musical, el Boombox y la *juke box*, ya proporcionaban al hombre de la década de los sesenta un *continuum* de escucha musical por el que moverse en todos los momentos del día. Un «acuario musical» que convertía a la música en puro «rumor», resultaba llamativo a Umberto Eco a finales de los sesenta, quien criticaba duramente los *mass media* en *Apocalittici e integrati*²²⁸. Sin embargo, hoy, la ubicuidad total de la escucha de música abarca infinidad de formatos cuyos espacios crecen día a día convirtiendo cada instante en un momento musical.

WALKMAN

La versión oficial de la historia del Walkman es bien conocida. Sony lanza al mercado un nuevo dispositivo el 1 de julio de 1979 que usa cintas de casete compactas, que funciona con baterías y con salida de auriculares sin altavoz. Pero la versión apócrifa no lo es tanto. La creación de «un sistema de reproducción estereofónico que proporcione reproducciones de alta fidelidad con una movilidad prácticamente ilimitada» llegó antes que el Walkman, al menos teóricamente, en el año 1972, fecha en la que Andreas Pavel comienza el diseño del *stereobelt*²²⁹. A diferencia de este, los reproductores portátiles de los primeros años de los setenta no eran compactos, no usaban amplificadores de auricular de alta fidelidad ni baterías pequeñas, y ninguno de ellos era estereofónico.

«La industria no ha podido encontrar una solución al problema de la reproducción portátil de alta fidelidad, [...] están lejos de hacer que la reproducción de alta fidelidad sea compatible con el funcionamiento de la batería y la libertad de movimiento». En estos términos se expresaba Pavel en su impreso dirigido a la oficina de patentes de los Estados Unidos con registro de entrada el 24 de marzo de 1978. El inventor germano-brasileño Andreas Pavel (1945-), comenzó a diseñar su cinturón con cinta de casete estéreo de alta calidad siete años antes de que apareciera el Walkman de Sony. Previos al invento de Pavel, hubo una serie de reproductores portátiles con salida de auriculares, pero destinados a la simple monitorización con sonido monoaural y de baja calidad.

Entre los objetivos recogidos por Pavel en sus diferentes registros de patente hallamos las bases de lo que en pocos años se convertiría en un nuevo paradigma de escucha: la búsqueda

²²⁸ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2016, [1968]), p. 338 y ss.

²²⁹ Todas las citas sobre el *stereobelt* han sido extraídas de la página web de patentes del gobierno de los Estados Unidos: véase <http://patft.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO1&Sect2=HITOFF&d=PALL&p=1&u=%2Fnetahhtml%2FPTO%2Fsrch-num.htm&r=1&f=G&l=50&s1=4412106.PN.&OS=PN/4412106&RS=PN/4412106>

de una reproducción portátil, a través de un aparato miniaturizado y para una escucha ubicua. Algunos de los objetivos que Pavel reflejó en las patentes fueron literalmente:

- La reproducción individualizada.
- Permitir la simulación acústica de las salas.
- Eliminar la distorsión a volúmenes normales y compensar automáticamente la sonoridad a volúmenes bajos.
- La amplificación en vivo de eventos de sonido, así como la mezcla y amplificación simultánea de diferentes fuentes de señales.
- Proporcionar un sistema de reproducción estereofónico operado por batería que sea más portátil que los portátiles estereofónicos anteriores y no cause disturbios sociales, pero que pueda reproducir a volúmenes más altos y transmitir un sentido más fuerte del espacio estereofónico y el realismo.
- Permitir reproducciones estereofónicas altamente realistas pero sin trabas en un número ilimitado de situaciones, actividades y estados de movimiento, como caminar, sentarse, correr, bailar, esquiar, escalar montañas, acampar, cocinar, cortar el césped, trabajar en una máquina o en un escritorio, andar, conducir o ser transportado por un vehículo como un tren, autobús, motocicleta, bicicleta, bote, avión, ala delta, etc.
- Permitir al oyente experimentar la peculiar estimulación audiovisual que resulta de la asociación de secuencias musicales con un flujo de imágenes y entornos cambiantes según lo percibido en el cine o por una persona en movimiento.
- Proporcionar un sistema de auriculares inalámbricos.

En suma, un aparato llamado *stereobelt* capaz de procurar la absoluta libertad de movimiento en estéreo de alta calidad, que no molestara a los demás, que permitiese la escucha ubicua y que estimulara la imaginación de paisajes mentales personalizados²³⁰. Es decir, todas aquellas virtudes que Akio Morita explotaría años después con su Walkman, y todas las virtudes que Michael Bull asocia al iPod. Buena parte de las características de la escucha que estamos definiendo en este trabajo, fueron teorizadas por Pavel en su *stereobelt*²³¹.

²³⁰ Vid. <https://en.wikipedia.org/wiki/Stereobelt> [02/07/2019].

²³¹ Para desarrollar su cinturón estéreo de escucha portátil, Pavel contactó con fabricantes de electrónica como ITT, Grundig, Yamaha y Philips, con la intención de que alguno de ellos desarrollara su invento. La respuesta de todos ellos fue que nadie querría usar cascos en público para escuchar música. Aunque pueda resultar extraño, la respuesta es la más lógica para aquellos años en los que escuchar música en la calle individualmente estaba sencillamente mal visto y considerado una mezcla entre falta de respecto y falta de cordura²³¹. Pavel no obtuvo el apoyo necesario y pensó que de momento debía registrar la idea y el proyecto que ya tenía desarrollado por completo. La primera patente fue registrada en Italia en 1977, un año después EE. UU., Alemania, Reino Unido y Japón.

Sony lanzó al mercado su famoso Walkman el 1 de julio de 1979, un dispositivo muy similar al ideado por Pavel quien, tras la negativa de los distintos fabricantes, y tras comprobar, según él, que su idea había sido apropiada por SONY, denunció a la multinacional tecnológica nipona. Tras sendas negociaciones en 1980 y 1986, Sony acordó pagar regalías limitadas a Pavel por la venta de algunos modelos de Walkman, eso sí, solo por los vendidos en Alemania, su país natal. Pero Pavel no quedó satisfecho y emprendió en el Reino Unido una segunda ronda de denuncias que empezaron en 1989 y acabaron en 1996, año en el que el caso fue definitivamente desestimado, con lo que Pavel tuvo que pagar las costas judiciales que ascendían a la nada despreciable cifra de tres millones de dólares. La explicación del tribunal británico fue que Akio Morita había desarrollado su propio sistema al margen del conocimiento de las patentes de Pavel. En 2003 Pavel amenazó con demandar a Sony por infringir la patente en el resto de los países donde los había registrado. Sony optó por llegar a un acuerdo extrajudicial y secreto con Pavel al año siguiente mediante un contrato que según algunas fuentes de la industria se estimó en 1,23 millones de dólares²³².

Lo más importante de esta historia es que un desconocido inventor alemán residente en Brasil en los años setenta, se convirtió, sin saberlo nadie, en el auténtico ideólogo de un proyecto de escucha con auriculares que revolucionaría el mercado y que marcaría un antes y un después en los oyentes urbanos de todas las ciudades del mundo. Aunque hasta la fecha en que Pavel intentó desarrollar su *stereobelt* la escucha con auriculares en espacios públicos no estaba socialmente bien considerada, todo cambiaría radicalmente desde los ochenta, pero no sería gracias a su invento, sino a otro que plagiaba su idea, el Walkman.

²³² Vid. <https://web.archive.org/web/20051220080226/http://www.iht.com/articles/2005/12/16/news/profile.php> [02/07/2019]; <https://es.wikipedia.org/wiki/Stereobelt> [02/07/2019].

Imagen 22. Primera página de la patente registrada en Estados Unidos el 24 de marzo de 1978 y reconocida el 25 de octubre de 1983.

United States Patent [19] [11] **4,412,106**
Pavel [45] **Oct. 25, 1983**

[54] **HIGH FIDELITY STEREOPHONIC REPRODUCTION SYSTEM** [56] **References Cited**
U.S. PATENT DOCUMENTS
 2,285,083 6/1942 Cover, Sr. 455/100 X
 3,586,977 6/1971 Lantig et al. 455/89 X
 3,883,483 9/1976 Pando 455/89
 4,132,861 1/1979 Frisler, Jr. et al. 179/156 A

[76] **Inventor:** **Andreas Pavel**, Via Visconti di Medrone 14/A, Milan, Italy

[21] **Appl. No.:** 265,124

[22] **Filed:** May 19, 1981

Related U.S. Application Data
 [63] **Continuation of Ser. No. 47,967**, Jun. 12, 1979, abandoned, which is a continuation-in-part of Ser. No. 889,564, Mar. 24, 1978, abandoned.

[30] **Foreign Application Priority Data**
 Mar. 24, 1977 [IT] Italy 21625 A/77

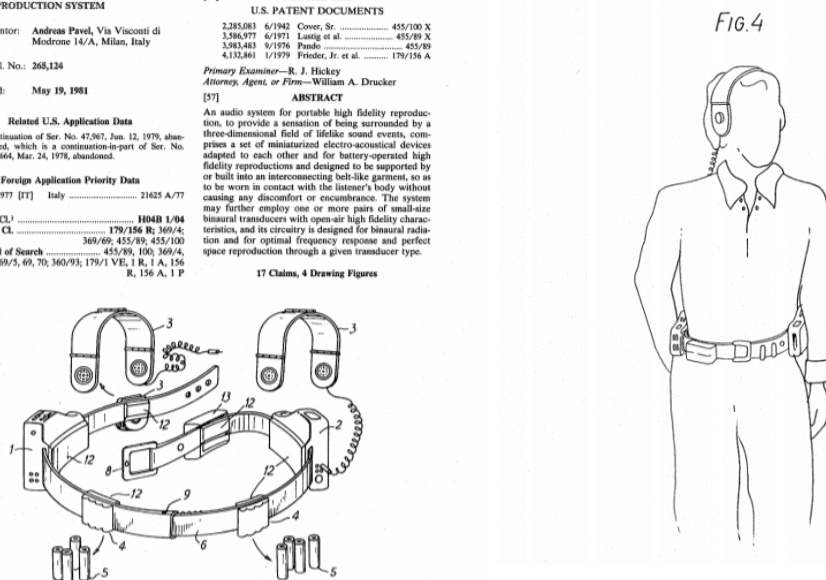
[51] **Int. Cl.** H04B 1/04
 [52] **U.S. Cl.** 179/156 R; 369/4; 369/69; 455/89; 455/100
 [58] **Field of Search** 455/89, 100; 369/4; 369/5, 69, 70, 360/93; 179/1 VE, 1 R, 1 A, 156 R, 156 A, 1 P

Primary Examiner—R. J. Hickey
Attorney, Agent, or Firm—William A. Drucker

ABSTRACT
 [57] An audio system for portable high fidelity reproduction, to provide a sensation of being surrounded by a three-dimensional field of lifelike sound events, comprises a set of miniaturized electro-acoustical devices adapted to each other and for battery-operated high fidelity reproductions and designed to be supported by or built into an interconnecting belt-like garment, so as to be worn in contact with the listener's body without causing any discomfort or encumbrance. The system may further employ one or more pairs of small-size binaural transducers with open-air high fidelity characteristics, and its circuitry is designed for binaural radiation and for optimal frequency response and perfect space reproduction through a given transducer type.

17 Claims, 4 Drawing Figures

U.S. Patent Oct. 25, 1983 Sheet 3 of 3 4,412,106



Patente del *stereobelt* de Pavel de la oficina de patentes de Estados Unidos (vid. <https://pdfpiw.uspto.gov>), Páginas 1 (izquierda) y 4 (derecha).

No me detendré en la historia ya conocida del Walkman pero sí quiero destacar algunos elementos que se suelen pasar por alto al abordarse su estudio desde una perspectiva determinista tecnológica. Buena parte de la bibliografía dirige su mirada a los fundadores de Sony, Akio Morita y Masaru Ibuka. La mayoría de las versiones apuntan a que la auténtica revolución de la escucha portátil tuvo que ver, recordemos de nuevo, con la hija adolescente de Morita y su socio Ibuka. Por lo visto la hija de Morita siempre escuchaba música en su cuarto del mismo modo que el resto de los adolescentes estadounidenses. «¿Cómo iban a resistirse a la oportunidad de sumergirse en su música mientras jugaban, hacían ejercicio o simplemente caminaban por la calle?», se preguntaba Morita²³³. Ibuka entró un día al despacho de Morita espetando: «A mí me gusta escuchar música, pero no quiero molestar a los demás. No puedo quedarme al lado del aparato todo el día. Ésta es mi solución: llevar la música conmigo, pero es demasiado pesada»²³⁴. Al dar respuesta a esta problemática fue como surgió la idea de Morita de crear un reproductor portátil de música y su empeño por implantar la «cultura del auricular»²³⁵. Para ello

²³³ NATHAN, JOHN: *Sony*, (USA: Mariner Books, 1999), p. 152.

²³⁴ Vid. MARSHALL, DAVID: *Akio Morita y Sony* (Zaragoza, Luis Vives, 1995), pp. 43-44.

²³⁵ *Ibid.*, p. 154.

se eligió el soporte más pequeño que existía hasta la fecha, la cinta de casete, creada en los años sesenta por Philips, su gran competidora europea.

Así es como la historia asume que nació el primer estéreo de calidad portátil en 1979. Aparte de la excelente portabilidad, también es importante señalar que fue el primer aparato con el que el oyente pudo elegir la música, un repertorio que dejaría de estar monopolizado por la industria de la radio. Es decir, con el Walkman el oyente no solo podrá elegir qué música escuchar sino dónde y cuándo. Sólo en la década de 1990 se lanzaron al mercado más de doscientos modelos diferentes de Walkman, cubriendo así un modelo hiperconsumista ya casi consolidado, un modelo con una estrategia de mercado basada en la producción a la medida de cada usuario. Una amplitud de la gama de productos que intentaba cubrir todas las necesidades individuales personalizando los productos y los contenidos²³⁶.

El hecho de llevar la música a cualquier lugar supondría serios problemas para una parte de la población. El sonido de los auriculares en los espacios públicos emanaba un incómodo ruido agudo y chispeante que molestaba a los conciudadanos. Con el objeto de controlar este irritante ruido, en algunas ciudades se tomaron medidas drásticas, como la llevada a cabo en el metro de Londres en 1988. Se propuso usar un dispositivo que borraba todos los sistemas magnéticos (incluidas las tarjetas de crédito). La edición del 31 de marzo de 1988 de la revista *New Scientist* afirmó que se llegó a desarrollar este sistema, pero no especifica si se aplicó definitivamente (véase imagen 25)²³⁷. La noticia añade tres datos relevantes; primero, que la escucha con auriculares todavía no estaba aceptada en aquellos años para los espacios públicos; segundo, que la cultura que pretendía introducir Akio Morita estaba lejos de ser asumida socialmente, al menos en sus inicios; y tercero, que los ruidos que escapaban de los dispositivos móviles resultaban difíciles de regular y legislar. Antes de que se replanteara la aprobación de medidas contra el ruido de estos aparatos (como se hizo en el caso de los boom-box, por ejemplo), las generaciones más mayores acabaron por resignarse ante el nuevo paradigma de escucha individual y portátil.

Tanto en espacios públicos de zonas urbanas, como la playa, el monte, a pie o en bicicleta, esperando el bus o el metro, en trenes y coches, en salas de espera, aeropuertos, en la cama antes de dormir, en el sofá o incluso practicando sexo, el Walkman se convirtió en el complemento ideal fuera y dentro del hogar²³⁸. Tanto en movimiento como estáticamente, la total

²³⁶ LIPOVETSKY, *La felicidad paradójica...*, pp. 71-75.

²³⁷ *Vid.* <https://medium.com/museum-of-portable-sound/questionable-science-questionable-logic-questionable-morals-london-transport-1988-attempt-to-5d21f13956e4> [22/04/2020].

²³⁸ *Vid.* BULL, *Sounding...*, pp. 17-18.

ubicuidad y la escucha a la carta lo distingue de cualquier otra forma de escucha de música del momento. Thebergé describe cómo en la misma línea que la radio a transistores, el Walkman de Sony

[...] proponía durante los años ochenta un nuevo tipo de equilibrio en la experiencia de los entornos visual y auditivo del paisaje sonoro. Más que cualquier otra tecnología, el walkman parecía encarnar la quintaesencia de la experiencia musical privada en movilidad, que tantas veces había prometido la tecnología de la reproducción del sonido a lo largo del siglo XX. [...] llegando a influir sobre los hábitos de audición musical de toda una generación²³⁹.

En contra de la postura que estamos defendiendo, la voz del ya citado Shuhei Hosokawa, especialista en un tipo de escucha que acuñó como “efecto Walkman”, se aleja de la crítica posmoderna dirigida al individualismo. Para Hosokawa, el Walkman no crea una escucha aislante con el entorno, sino inclusiva. Tampoco se trata de una escucha concentrada sino principalmente distraída. El Walkman estimula una escucha divergente, estrechamente ligada al acto de caminar y la misma corporalidad. Según Hosokawa, el Walkman no es una prolongación del cuerpo, sino que sería, debido a la intimidad que concede al oyente, una prótesis externa cuyo sonido da la sensación de que proviene del propio cuerpo. A través del Walkman el cuerpo se abre, se pone en el proceso de la estetización, la teatralización de lo urbano, pero siempre en secreto²⁴⁰. Hasta que no apareció el Walkman, la gente no había sido testigo de una escena en la que un transeúnte confesara en público que tenía un secreto sonoro que no iba a compartir con nadie. La gente podía advertir que el oyente de Walkman escuchaba música, pero nunca saber de qué música se trataba. En este sentido, Hosokawa no cree que el Walkman rechace la comunicación ni aisle de la realidad, sino que el oyente se manifiesta, o mejor, se exhibe anunciando que tiene un secreto.

Sin embargo, yo considero que una cosa es la muestra pública de la individualidad de la escucha y otra muy distinta la escucha en sí. Una cosa es la performance de la escucha y otra la escucha. Una cosa es la exhibición y otra la intimidad. Hosokawa observa al oyente desde afuera, desde los ojos de los demás, nosotros observamos al oyente desde ambas perspectivas, desde el punto de vista de quien mira y de quien se siente mirado.

²³⁹ Vid. Thebergé, Paul: “Conectados: la tecnología y la música popular” en FRITH, SIMON et al: *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001]), pp. 25-51.

²⁴⁰ Vid. HOSOKAWA, SHUHEI: “The Walkman effect” en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), pp. 104-116. El artículo dedicado al efecto Walkman fue publicado en 1984, vid. HOSOKAWA, SHUHEI (1984). “The Walkman Effect”. *Popular Music*. 4: 165–180.

FORUM

How your recordings could go down the tube

An experiment on London's Underground could have serious consequences for music lovers, as Barry Fox explains

IF YOU are thinking of taking your Walkman cassette player on the London Underground tomorrow morning, think again. A report leaked from the government's communications headquarters in Cheltenham reveals that electronics engineers have come up with a way to stop passengers annoying each other with noisy headphones. But the price of silence will be high. The technology works by erasing magnetic recordings. It could affect not just audio cassettes, but computer data tapes, master tapes used by recording studios, and even bank and credit cards. That is why engineers intend to test the system on a Bank Holiday morning, when the Underground is less crowded than usual.

Since Sony invented the Walkman, the Japanese electronics industry has flooded the world with millions of similar gadgets. Although they envelop the user in a cocoon of personal music, the headphones let enough tizzy sound leak out to infuriate anyone sitting or standing close by.

London Transport has been heavily criticised for allowing passengers to get away with impersonal listening. Bylaws are unenforceable, so an electronics wizard has come up with a technical solution. Like all the best ideas, it is simple.

All tape recorders rely on a high-frequency signal, called bias, to erase tapes for re-recording. This bias signal, of up to 100 kHz, and thus far too high-pitched to be heard by humans, affects the magnetic particles on the tape. Their magnetic poles take up a random pattern, erasing any previously recorded signal for ever.

The plan now is to superimpose a similar high-frequency audio signal on the 630-volts DC supply which runs alongside the rails on the Underground, and which powers the trains' drive motors. When this high-frequency signal feeds through the coils of a train's drive motor, along with the normal DC power, the motor drives the train as usual. But at the same time the motor behaves like the erase head of a giant tape recorder. Any tapes near the motor will be wiped clean. So the personal stereo goes quiet and no sound leaks from the headphones to disturb other passengers.

The BBC has for many years recognised the risk of carrying magnetic tapes by tube, even under normal circumstances when there is no high-frequency bias on the normal DC supply. Occasionally, the motors and pick-up shoes create sparks and generate brief bursts of magnetic field which can erase tapes. Producers at the BBC are advised always to take programme tapes by taxi. Often, however, they go by tube, cross their fingers and claim expenses for a cab. "If LT does try out the bias system tomorrow morning," chortled one broadcaster at the BBC, "there will be some red faces when people claim for a taxi fare and then find they have ended up with a blank tape and no programme."



Racket protection: personal stereos should be held high to stop tapes being wiped

Critics of the system warn that if it works well enough to erase music tapes, it could wipe computer data tapes clean, too. Many bank and credit cards now rely on a magnetic strip on the rear which carries digital information that identifies the authorised user. Erase this coding, and the card will prove useless when the owner tries to extract money from a cash dispenser or make a credit-card telephone call.

Bill Foster, a specialist in tape recording, sits on the technical committee of the Association of Professional Recording Studios, the trade body of the professional recording industry. Foster advises pop groups to play safe with master tapes which may have taken months to produce in a studio.

"The motors are underneath the car," explains Foster, "so the best thing I can suggest is that if anyone has to travel with a

tape tomorrow morning, they should keep it as far away from the floor as possible. The same goes for personal stereos. Stand up, rather than sit for the journey, and hold them at shoulder height."

London Transport has a fleet of nearly 4000 tube cars, of which about 2500 are motorised. Every tube train contains two or three cars with motors; the rest are unpowered. The magnetic field from a motor will not stray all the way down a car. So it is a case of pot luck whether you risk erasure or not. Because the bias signal is so high-pitched, only dogs and cats would know which areas to avoid.

If you are travelling by tube train in London tomorrow morning, Good Friday, our advice is to play safe. Switch off your Walkman, walk tall and hold it high—as far away from the motors as possible. □

Engineering in a nutshell

In principle, there's nothing to it, says Sue Birchmore

ENGINEERING is an art, not a science. Certainly, engineers make use of science—most would be familiar with, for example, the second law of thermodynamics—but we are not ourselves scientists and are not in the business of formulating any more laws of thermodynamics (many engineers would say there are quite enough to learn already).

Nevertheless, engineering does have laws of its own. These fundamental laws of

engineering are not of the same nature as scientific laws; they describe not what is found to happen in the physical world, but what an engineer needs to do in order to prevail against that physical world. Usually, they remain unwritten, unacknowledged, unrecognised even by those who work by them. Nevertheless, I shall attempt to commit them to paper.

The first law of engineering: If it's working, leave it alone!

This law has a sound scientific basis. All actions increase the total entropy in the Universe; a local decrease can be achieved

Sue Birchmore is a design engineer based in Birmingham.

²⁴¹ El artículo se advierte del uso de una tecnología que borraría todas las cintas magnéticas que estuvieran en las líneas del metro londinense con el objeto de eliminar los ruidos producidos por los auriculares, objeto de quejas de muchos usuarios del metro. Esta breve anécdota demuestra hasta que punto determinados ruidos han ido incorporándose al paisaje sonoro de las ciudades. Primero porque finalmente se aceptó el ruido de los auriculares y segundo porque en la década de 1980 parece ser que todos tomaron los estruendosos ruidos del metro como algo perteneciente al inevitable progreso.

Nunca resultó tan fácil escuchar música. Ahora bien, desplazarse con la música favorita y elegir el repertorio necesitaba de un nuevo ritual. Un ritual que consistía en anticipar y preparar lo que se iba a escuchar fuera de casa²⁴². La música que se oía en el hogar y la que se oía en la calle podía ser la misma, o distinta en base al tipo de experiencia emotiva que se quería manejar. Es decir, se podía prever el tipo de burbuja sonora privatizada. Podía ser distinta a la música del hogar para recrear nuevos y arriesgados paisajes sonoros, o podía ser la misma si se deseaba sentir la comodidad y la seguridad. Distinta para crear mundos propios en espacios ajenos y tal vez peligrosos, o la misma música que la del hogar para recrear espacios conocidos y entornos seguros y familiares²⁴³. También podían alternarse.

Si la radio con baterías liberó al oyente de estar enganchado a la red eléctrica pero no de la imposición de la programación, el Walkman liberó al usuario de ambas. Eliminó la irrupción de la publicidad de las emisoras, lo libró de la escucha de músicas no deseadas, empoderó al usuario convirtiéndolo en programador de su música, lo liberó de la escucha de otras músicas en los lugares públicos como el muzak, y le concedió el gran inmenso poder de controlar la sensación espaciotemporal

Más aún, el Walkman, o mejor dicho, su tecnología, haría partícipe a la música seria de la tan temida cultura de masas de Adorno, de la misma manera que las grabaciones de estudio en general nos hicieron copartícipes, políticamente hablando, de las posibilidades sociales en nuestra relación con esa misma tecnología, algo que negaba Benjamin a su manera. Lo que amenazaba la memoria, según Benjamin, era el hecho de que la tradición se ponía a disposición de las clases dominantes a comienzos del siglo XX y que el futuro estaría bajo el control de aquellos que podían editar el pasado. Benjamin celebraba la emancipación de la obra de arte y su dependencia parasitaria del ritual vinculado a contextos exclusivos y restrictivos. El arte reproducido mecánicamente se hizo accesible definitivamente a la gran masa, pero con el tiempo, se democratizó. El miedo de Benjamin radicaba en que los medios de reproducción mecánica siguiesen invocando un tipo de memoria subjetiva, la que siempre había pertenecido a las clases dominantes. Dicho de otro modo, la cultura de masas en el marco tecnológico de comienzos del siglo

²⁴² Vid. BULL, MICHAEL: “iPod use, meditation, and privatization”, en GOPINATH, *The Oxford...* Vol.1, pp. 18-19. El Walkman y los primeros MP3 necesitaban ser alimentados casi a diario con música propia. Decimos solo los primeros MP3 porque a medida que se fue aumentando la memoria interna, el rito de la preparación tendió a prolongarse semanas o incluso meses.

²⁴³ Tener que prever lo que uno quería escuchar desaparecerá definitivamente con la llegada de las plataformas *streaming* y los teléfonos móviles. Con la previsión se esfumaron los rituales, pero también el soporte. Aunque la música esté siempre accesible, le pertenece ahora a los grandes proveedores y la industria. ¿Para qué pensar lo que uno quiere oír hoy si tiene toda la discoteca grabada en un pequeño aparato?

XX no defraudó al culto de la música clásica como advertía Adorno, sino que salió en su auxilio a medida que avanzaba el siglo.

Con una vida en el mercado de cerca de treinta años, el Walkman delineó un nuevo escenario urbano en el que circularon popurrís caseros, copias legales o piratas y un amplio mercado distribuido en tiendas, rastros, calles y mercados. La industria vio reducido su balance de ingresos por el auge del top manta, un comportamiento que denominaron “piratería” y que sería el origen de lo que más tarde ocurriría en la era digital del MP3 y las redes de pares; con la importante diferencia de que con el P2P la industria sí tendría motivos para preocuparse.

El hecho de que el Walkman no se anunciase prácticamente en las secciones Hi-Fi de las revistas de música, nos hace pensar que la música clásica estaba asociada a un tipo de escucha eminentemente doméstica, no portátil, urbana ni juvenil. El rotundo éxito del Walkman pasó casi inadvertido en la crítica de las principales revistas de música clásica europeas. Como curiosidad cabe añadir que bastantes de los exiguos anuncios y breves reseñas de reproductores portátiles rezaban eslóganes muy parecidos a los que podemos encontrar en anuncios actuales de Spotify y otras plataformas: «Hagas lo que hagas, trabajes, hagas deporte, conduzcas o simplemente andes por la calle, no tendrás que dejar de un lado tu música favorita», rezaba un anuncio de la revista *Ritmo* en 1999²⁴⁴.

MP3, IPOD, INTERNET

Con lo visto hasta ahora podemos afirmar que con la triada radio-transistor-Walkman-MP3 surgió una nueva cultura urbana de oyentes de escucha íntima, personalizada, ubicua, omnipresente y portátil cuyos auriculares colgaban a modo de cordones umbilicales que alimentaban el oído y el cerebro merced a una exuberante, moderna y minúscula tecnología.

Poner en contacto todos los ordenadores del mundo fue el sueño de los creadores de la World Wide Web, diseñada en 1989, tan sólo diez años después de la aparición de Walkman. Un sueño convertido en realidad en 1991. Una vez establecida la red, junto con el aumento del ancho de banda, el desarrollo de la programación informática y la compresión del audio, vendrán los sistemas de intercambio de pares para poner en jaque a la industria del entretenimiento multimedia, algo que obligó a los países desarrollados a tener que legislar con rapidez. Vaya por delante que el MP3 (cuyos orígenes tuvieron que ver con la investigación en la universidad), sin el desarrollo de la informática e internet, no hubiese pasado de ser un simple formato de

²⁴⁴ *Ritmo*, marzo (1999), p. 37. Algunos anuncios se Spotify son; “Escucha a la carta”, “salta hacia un lado, salta hacia otro, salta de canción, salta todo lo que quieras”, “la música no para”, “escucha lo que quieras”, *vid.* <https://www.youtube.com/watch?v=wNQ2HsU8CH8> [07/06/2019].

audio, tal vez idóneo para sustituir al MP2 por su reducido tamaño y rapidez de descompresión en reproductores DVD, videojuegos y otros audiovisuales²⁴⁵.

Los fabricantes de reproductores de finales del siglo XX y primera década del siglo XXI tuvieron en cuenta las ventajas del MP3 frente a otros formatos. Centrarón sus esfuerzos en el desarrollo de pequeños aparatos portátiles, fáciles de usar y que propiciaban una escucha compartida con otros quehaceres, y con el auricular como complemento indispensable²⁴⁶.

El MP3 supuso una revolución que aceleraría la desaparición del soporte. Pero también abonó el fértil campo de la música digital, avivó la aparición de redes de intercambio ilegal y estimuló la miniaturización de los aparatos reproductores. El Mp3 no hizo más que animar la cultura de escucha portátil iniciada en los ochenta. Aunque siempre fue considerado el culpable de acabar con la industria del disco, debemos agradecer al MP3 haber sido el predecesor de casi todos los formatos de compresión posteriores empleados en dispositivos audiovisuales; YouTube, la tienda iTunes de Apple o la propia Spotify, que en sus orígenes, recordemos, se hizo con un inmenso banco de música extraída de los criminalizados programas de intercambio entre pares. El MP3 también transformó los modos de escucha de la segunda fase de la era digital de la música. No fueron ni el DiscMan, ni Napster, ni iTunes los que provocaron nuevos modelos de escucha sino un simple formato de audio comprimido.

La era del MP3 animó al grupo de trabajadores cualificados de las clases medias y medio-altas a escapar de los sonidos de ambiente de sus puestos de trabajo, escuchando su música favorita de manera personalizada por vez primera en la historia, diluyendo la tradicional separación entre el trabajo y el tiempo libre²⁴⁷. De nuevo fueron las gentes de acomodo las primeras en hacerse con los primeros reproductores de MP3, y también serían los primeros en experimentar los modos de escucha asociados.

La década 1995-2005 fue el periodo que reforzó el carácter de individualidad de la escucha, aumentó la ubicuidad del Walkman e hizo de los contenidos algo muy accesible. Durante esta década el MP3 permitió nuevos modos de reproducción, con mucha más capacidad de almacenamiento y cuyas bibliotecas podían ser perfectamente elaboradas y gestionadas desde el ordenador doméstico. Aunque la esencia de lo que entendemos por ubicuidad de la escucha viene

²⁴⁵ Vid. WITT, STEPHEN: *Cómo dejamos de pagar por la música. El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería* (Barcelona: Contraediciones, 2016).

²⁴⁶ Vid. Gopinath, *The Oxford...* Vol. 2, p. 60.

²⁴⁷ BULL, *Sound moves...*, pp. 108-109.

Con trabajadores cualificados me refiero a la clase social alta y media-alta que ocupan puestos directivos que solían trabajar a menudo en medios de comunicación o en la industria creativa, el diseño, los medios, etc., es decir, un personal con suficiente autoridad y autonomía para ser libres de usar estas tecnologías en sus puestos de trabajo sin miedo a reprimendas.

de antes comienzos del siglo XX, con el Walkman primero y el MP3 se adoptaron nuevos rituales de escucha que todavía se mantienen vivos.

Lo más importante de la escucha ubicua es que expresa a la perfección nuestra manera de estar en el mundo. La interacción del yo con los otros y con el paisaje que nos rodea, reclama para sí mismo territorios auditivos móviles cada vez más individualizados, personalizados y mediados tecnológicamente, que ayudan a la construcción metafórica y subjetiva de paisajes sonoros. El gran problema posmoderno estriba en el creciente grado de dependencia hacia esos mediadores tecnológicos, pues producen en ocasiones un aislamiento fomentado por la cultura del auricular y el streaming. Si como sostiene Michael Bull, en el pasado el aislamiento se equiparaba con el silencio y con la liberación del individuo y su autonomía, con el uso de las tecnologías portátiles «el sonido ha cambiado la búsqueda del silencio por la búsqueda del ruido»²⁴⁸. Por eso: «Los usuarios del iPod [léase cualquier MP3 portátiles y *smartphones*] viven dentro de una matriz de sonido mediada y perpetua, en la que cada uno de ellos habita en un mundo auditivo diferente»²⁴⁹.

Aunque el MP3 ofrecía una reproducción portátil *ad infinitum*, y en contra de lo que Steve Jobs pretendía hacer creer en el 2001 cuando lanzó el iPod, la calidad de los formatos empleados resultaban ser inferiores a la del CD, ya que muchos de los archivos provenían, no de las compras en iTunes Store, sino de las descargas ilegales excesivamente comprimidas que fluían por las redes de pares. Será aquí cuando se produzca la vuelta a la cultura del agudo, un tipo de agudo que no se oía desde la radio transistor²⁵⁰.

Si el Walkman permitió llevar la música a cualquier lugar, el iPod y los reproductores de MP3, multiplicaron tanto las horas de escucha como el repertorio. Hasta mil canciones en el bolsillo del pantalón, rezaba el primer anuncio del iPod²⁵¹ (Imagen 26). Con los años se aumentó tanto la memoria interna de estos aparatos que muchas de las pistas o álbumes nunca se llegaban a escuchar. Por un momento lo importante para los usuarios pareció ser la capacidad

²⁴⁸ *Ibid.*, p. 7.

²⁴⁹ *Ibid.*

²⁵⁰ Hoy encontramos descargables con calidad de sonido superior a la del CD. Vid. Jolly, James: “A basic guide to downloading”, *Gramophone*, 1, junio, 2019 en <https://www.gramophone.co.uk/features/focus/a-basic-guide-to-downloading> [25/03/2019]. Akio Morita y su empeño constante por miniaturizar y por poner de moda la “cultura del auricular” lo consiguió en los ochenta y noventa y Steve Jobs de Apple aprovechó el camino abierto por Morita sacando al mercado el exitoso iPod en el año 2001, llegando a vender unos 10 millones de reproductores en su primer año.

²⁵¹ *Vid.* <https://www.youtube.com/watch?v=kN0SVBCJqLs> [14/05/2019]. El iPod de Apple supuso una auténtica revolución de la escucha portátil a pesar de que ya había salido algunos modelos al mercado de reproductores de MP3 desde 1998. Era más pequeño, manejable, atractivo en cuanto a diseño y con mayor capacidad que sus predecesores. El modelo de la compañía Apple amplió su mercado que había estado centrado en la informática desde esta fecha incorporando reproductores de MP3, tabletas, iPhone, etc.

de almacenamiento más que la calidad del sonido o incluso la propia música. Tanta música no haría otra cosa que intoxicar a los oyentes: «Tecnologías como el iPod de Appel producen para sus usuarios una mezcla embriagadora de música, proximidad y privacidad mientras están en movimiento», explica Michael Bull ²⁵².

Durante el primer lustro del siglo XXI, el teléfono móvil todavía no era usado mayoritariamente como reproductor de MP3 al no llevar incorporado el software de lectura necesario. Dada su poca velocidad de transmisión de datos, habrá que esperar a la implantación global del 3G y del 4G para convertir al teléfono en un dispositivo de escucha de música *online* sin descarga²⁵³. Gran parte de los oyentes de la primera década del 2000, solían salir de casa con el iPod o el MP3 junto al teléfono móvil.

Además, el oyente estaba acostumbrado a una escucha continua que el móvil interrumpía constantemente, un hábito que cambiará con los años. Con frecuencia, los usuarios se abstuvieron de usar el teléfono para escuchar música en la calle si podían ser interrumpidos continuamente por llamadas del trabajo o la familia. Ya en la década del 2010, el iPod comenzará a ser relegado por el teléfono móvil por varios motivos. Y a pesar de todo ello, durante estos primeros años de implantación generalizada del teléfono móvil, recordemos que todavía no se vivía en la imperiosa necesidad de atender las llamadas o los mensajes al momento. Fue desde el 2010 cuando la cultura del móvil relega definitivamente al resto de dispositivos aurales a una segunda posición.

Las redes P2P fueron hasta el año 2005, el único medio en toda la historia de la fonografía con el que se pudo acceder a una ingente cantidad de música de manera gratuita. Lo que hemos llamado segunda revolución digital, es decir, la fase de la compresión y el intercambio de archivos de MP3 a través de las redes de pares, no es otra cosa que la conectividad de los distintos nodos en red para el intercambio de archivos. Ahora bien, el soporte y el formato siguen siendo necesarios. Esta fase quedó marcada por el desarrollo de la informática, el MP3 portátil y el iPod, independientemente de la procedencia de archivos, bien descargados en redes P2P o bien desde diferentes servidores.

²⁵² BULL, MICHAEL: “No dead air! The iPod and the culture of mobile listening.” *Leisure studies*, Vol. 24, nº 4, (2005), p. 344.

²⁵³ El 3G y el 4G hacen referencia a la tercera y cuarta generaciones de transmisión de voz y datos a través de la telefonía móvil mediante un sistema llamado Universal Mobile Telecommunications System (UMTS), servicio universal del telecomunicaciones móviles. Japón fue el primer país en adoptar el sistema 3G desde el 1 de octubre del 2001 y la implantación en otros países fue progresiva. El 4G también se probó por vez primera en Japón en el año 2007. En el caso concreto de España, véase Presentación Estudio cualitativo realizado por GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) para Promusicae-IFPI (2007) en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/4-informes-promusicae> [09/06/2019].

Imagen 24. Steve Jobs presentando el primer modelo del iPod en el 23 de octubre 2001 en el Apple Town Hall en Cupertino, California.



Fuente: imagen tomada de https://cadenaser.com/programa/2016/10/21/hora_14_fin_de_semana/1477048930_782066.html

La industria tecnológica siempre quiso reducir el tamaño del soporte, cada vez más liviano y con mayor capacidad de almacenaje. La fascinación por la miniaturización y la portabilidad acabaría por arrebatar a la música el mismo soporte en el que habitaba. El 19 de abril de 1965, Gordon Moore, cofundador de Intel, predijo un aumento en el número de componentes cada vez más pequeños que daría como resultado una aceleración en los avances tecnológicos de aplicación computacional, medicinal y comunicacional. El objetivo, explicó Moore, consistía en «miniaturizar los equipos electrónicos para incluir funciones electrónicas cada vez más complejas en un espacio limitado y con un peso mínimo»²⁵⁴. La tecnología incorporó diminutos componentes prometiendo mayor fiabilidad y velocidad. Las expectativas de Moore no se cumplieron, sino que fueron pronto superadas. No harían falta dos años para duplicar el número de transistores integrados en un aparato tecnológico que a su vez duplicara la velocidad en los procesamientos de datos. En los 26 años de vida de la teoría de Moore el número de transistores en un chip se ha incrementado 3.200 veces.

Tal fue la reducción del tamaño de los componentes que el comienzo de la disolución física de la música grabada podríamos fijarla alrededor de 1995. Justo en un momento en el que el

²⁵⁴ Citado en MILLS, MARA: “Hearing aids of electronics miniaturization” en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), p. 73.

MP3 cruzaba la teoría y la investigación universitaria para iniciarse en la práctica comercial²⁵⁵. Desde comienzos del siglo XXI, el paradigma de la miniaturización y el almacenamiento viene representado por la música *online*, por el flujo digital de música, en definitiva, el *streaming*. El soporte se ha miniaturizado tanto que ha desaparecido de nuestro entorno.

A partir del año 2005, en los comienzos de la tercera revolución digital o era del *streaming*, ya no será necesario conectar diferentes nodos para poder acceder a un océano de músicas, pues se halla presente en plataformas de audio y video. Por su parte, la industria acometerá diferentes intentos por recuperar ese control de la música, que casi pierde por completo como resultado de las redes de pares. Definitivamente, la recentralización en la distribución de música volvió a la industria discográfica desde hace unos pocos años, solo que ahora tiene que compartir ese privilegio con empresas que gestionan las grandes ciudades nube, los proveedores de servicio, las distribuidoras y las plataformas de música online. Incluso es ahora la industria la que recoge parte de los frutos cosechados por la distribución de música líquida. La conexión ya no obedece a la venta del soporte, ni en la relación entre pares, sino de proveedores a usuarios. Usuarios que acceden directamente a una biblioteca musical con domicilio físico en una gran ciudad nube (*cloud computing*) y, las más de las veces, con domicilio económico en algún paraíso fiscal. Gigantes discos duros que lo almacenan todo y que pertenecen a grandes empresas de gestión y almacenamiento de datos, instalados en un lugar remoto del planeta donde haga frío o abunde el carbón que refrigere el calor de millones de servidores activos las veinticuatro horas del día.

Hubo un tiempo en que el streaming hacía referencia a cualquier tipo de transmisión de contenidos multimedia por internet entre los que se hallaba la música. Pero la música streaming, y el uso del término más reciente obedece a tres procesos. Primero a los intercambios de pares desde el año 1998 con la aparición de Napster y hasta el 2003 en que surge iTunes Store de Apple. Durante este periodo el término streaming hacía referencia a los intercambios de contenidos *media* en las redes de pares desde un ordenador privado a otro y desde un lugar del planeta a otro. Al tratarse de una transferencia el término sería adoptado por Apple para un tipo diferente de transmisión, esta vez legal. Al regular los procesos de intercambio y compra, en cierto modo iTunes Store normalizó el uso del término entendido desde ese momento como un valor positivo. Desde entonces, el streaming lleva asociada la etiqueta de intercambio en este sentido.

²⁵⁵ Para Stephen Witt fue la reanudación de la liga de Hockey americana el momento en que el MP3 comienza su ascenso; WITT, STEPHEN: *Cómo dejamos de pagar por la música. El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería* (Barcelona: Contraediciones, 2016), p. 64, Jonathan Sterne considera el año 1997; STERNE, JONATHAN: *MP3: the meaning of a format* (United States, Duke University Press, 2012). Y el propio desarrollador del MP3 Karlhein Brandenburg considera también el año 1997.

El sistema de funcionamiento de iTunes Store era un streaming porque la plataforma suministraba música de pago (aunque también incluyera publicidad generando una doble vía de ingresos). Resulta una paradoja, pues, que el sistema de intercambio de pares ideado por Napster terminase en un sistema de intercambio de música de pago. El proceso era el mismo sólo que regulado y controlado por una empresa intermediaria entre las discográficas y los oyentes. La fase del streaming en la que nos encontramos, debemos entenderla como toda aquella música transmitida por medios digitales en línea, se trate de música en directo o en diferido, sobre todo en lo que se refiere a flujos, no de descargas.

Las redes de pares ya apuntaron a un modelo inmaterial limitada a la simple transferencia de un ordenador a otro y de éste a un reproductor de MP3. Pero la inmaterialidad de los intercambios en la era del streaming ha transformado a la música en algo completamente líquido, sin soportes, descargas ni almacenamiento en el *búfer*. Ya no es necesario disponer de un archivo para ejecutarlo, solo un software. El mayor atributo de este tipo de música es que al tratarse de un modelo inmaterial, su condición de no rival, es decir, infinitamente reproducible, anula cualquier limitación impuesta por los soportes físicos. Se trata de un recurso ilimitado que proporcionan las plataformas, como el agua, el gas o la corriente eléctrica a las que se refería Paul Valéry en 1928 en “La conquista de la ubicuidad”. Mark Katz, profesor de la Universidad de Carolina del Norte (The University of North Carolina at Chapel Hill, UNC) emplea una metáfora ilustrativa similar a la de Valéry para explicar los sistemas de flujos del streaming. Dice Katz: al encender una vela en una habitación oscura, todos los que se encuentren en esa habitación podrán ver sin necesidad de tener su propia vela²⁵⁶.

Siguiendo la metáfora baumaniana de las sociedades líquidas, en la época de las redes P2P la música viajaba de un lugar a otro del planeta en estado líquido, se licuaba en un ordenador y solo se solidificaba cuando era grabada en discos compactos. La era del *streaming*, por el contrario, almacena la música en un disco duro gigante (ciudad nube) fuera de nuestro alcance, y la música siempre se muestra en estado líquido. Al no haber descarga ni necesidad de grabar en soporte, el flujo es siempre constante, mantiene su estado líquido inalterable.

De esta manera, las fases de la digitalización no sólo cambiaron los tipos de soporte o formatos, sino que transformaron los modos de escucha en sí mismas. En cada fase no se realizan las mismas operaciones, ni se llevan a cabo los mismos rituales, no se escucha igual un CD que un MP3 descargado de Emule, ni la ubicuidad, la portabilidad y los contenidos son los mismos. La fase del *streaming* contribuiría definitivamente al deshecho de los archivos.

²⁵⁶ KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), p. 184.

Ubicuidad y accesibilidad llegarán definitivamente de la mano del teléfono inteligente. Con el teléfono móvil, el soporte no importa. La adquisición del formato tampoco. Todo se reduce a un acceso libre e instantáneo a una infinita discoteca virtual a la que se accede mediante el pago de una suscripción *premium*. El control del usuario sobre lo que escucha en la era del acceso es casi completo. La tiranía impuesta por el dial en el control de la programación desaparece definitivamente, a la vez que el acceso democratiza las formas de escucha y los repertorios. En el año 2007, en los albores de era del streaming, Yúdice escribía a este respecto: «Los usuarios manejan la oferta musical según sus propios criterios individuales y sociales no previstos por la industria de la música»²⁵⁷.

Antes de que llegaran las tarifas planas, cada llamada telefónica se cobraba por establecimiento y minutaje, de la misma manera que iTunes Store lo hacía por canción descargada. Más tarde, se adoptó un sistema de contrato por minutos con una serie de tarifas que beneficiaban a quienes más tiempo llamaban (consumían) al mes. Lo mismo hicieron Spotify y otras plataformas que dejaban escuchar un número limitado de minutos sin suscripción. Una vez alcanzado el límite se bloqueaba por un tiempo el acceso a la escucha. Finalmente, la telefonía adoptó el sistema de pago único mensual con tarifa plana de llamadas ilimitadas. Sistema adoptado por los proveedores de música online, ofreciendo una suscripción con acceso ilimitado a la escucha de música y distintas opciones de contrato: por meses, trimestre, semestre o año. Vemos como los servicios de acceso a la música han adoptado las mismas políticas de consumo provenientes del mundo de la telefonía.

La compra del objeto (disco) tendió a desaparecer una vez sustituida por los accesos *premiun* o *freemium* con publicidad. El pago de una suscripción *ad perpetuam*. Pero no debemos engañarnos, suscribirse es tan fácil como darse de baja, algo muy propio de las conductas de las modernas sociedades líquidas. Algunos factores sociales analizados por especialistas (empleo, desplazamientos de refugiados o vínculos emocionales), tienden más bien a no perpetuarse mediante contratos indefinidos y compromisos serios, tradicionales o sólidos. Por eso los proveedores buscan métodos que expriman durante más tiempo a los usuarios mediante la firma de contratos de permanencia o algún tipo de bonificación para quienes muestren mayor fidelidad o lealtad, es decir, para quienes dejen mayor beneficio a la empresa.

²⁵⁷ YÚDICE, *Nuevas tecnologías...*p. 36.

Imagen 25. Anuncio de *ritmic.com* de la revista Scherzo en su número 149 de noviembre del 2000, p. 155²⁵⁸.



Fuente: Revista *Scherzo*, noviembre, 2000, p. 55

Recalcamos que los cambios de paradigma en el consumo de música y las prácticas de escucha no deben ser estudiados como hechos aislados, sino dentro de contextos más amplios. No olvidemos que los años en los que se instaura paulatinamente la cultura del acceso a los contenidos media, es la que coincide con la transición del modelo capitalista industrializado a un modelo centrado en la era del capitalismo neoliberal. Un cambio que induce a la desafección por el objeto pero que premia el acceso inmediato a las experiencias audiovisuales y

²⁵⁸ El texto a pie de foto del anuncio reza así: «Se acabó la dictadura del dial. Ahora, la música se escucha en la Red». Y prosigue «En la Red, el dial no pondrá los límites. Porque además de 50 canales de radio, tienes canales temáticos como Hitmania, Pop Rock, Electrónica, Músicas del Mundo, Clásica o Jazz. Y entrevistas, vídeos, especiales, top de ventas y top MP3. A partir de ahora, la forma de escuchar música no volverá a ser la misma. La música que quieras, cuando quieras».

comunicacionales. Son años en los que la compra de soportes se sustituye por la suscripción, la obtención del objeto físico por el acceso a la nube. El *renting* (alquiler a largo plazo) y el *leasing* (arrendamiento financiero), impulsado durante estos años, representan un modelo fuerte en países de libre mercado como por ejemplo en los Estados Unidos²⁵⁹. A lo largo del siglo XX la adquisición de productos (lavadora, televisión, teléfono, coche, etc.) ha sido signo de progreso y prosperidad. Este modelo de consumo está siendo reemplazado progresivamente en lo que llevamos del siglo XXI por un modelo de consumo de alquiler. Exactamente lo mismo que ocurre con las suscripciones a las plataformas de audio y vídeo en *streaming*. Este modelo prepago se sigue imponiendo en otros ámbitos de las estructuras socioeconómicas, como ocurre desde hace unos años con los periódicos, el mantenimiento técnico de aparatos y tecnología, la seguridad, el conocimiento, el ocio o las vacaciones.

Se estima que el *leasing* y el *renting*, modelos neoliberales exportados desde Estados Unidos y Gran Bretaña al resto del mundo, se implantarán en la casi totalidad de las principales ciudades Occidentales y se extenderá a otros países durante las siguientes décadas. Contratar un servicio de seguridad en los hogares, un servicio de mantenimiento o un seguro para electrodomésticos, aparatos de calefacción y refrigeración, pagar una cuota mensual para colgar, acceder a información especializada o almacenar nuestros datos, suscribirse a periódicos y revistas especializadas, etc., todo ello está colapsando el modelo industrial tradicional.

El acceso a la información, que en muchos países está protegido como un derecho fundamental (i.e. artículo veinte de la Constitución española), está siendo sustituido por políticas cuyo fin es la explotación de noticias llenas de publicidad. Periódicos como *The New York Times* o *The Washington Post*, han exportado su modelo por suscripción a otros países: *Le Monde*, *El País* o *El Mundo*. El peaje, la suscripción y el alquiler, son elementos que reafirman la teoría de Rifkin (2000) con la que nos advertía que se aproximaba una era del acceso inmediato para la industria cultural, un nuevo modelo de capitalismo con cambios en los paradigmas de socialización. Si el capitalismo industrial comercializaba con productos envasados en soportes físicos vendiendo al mismo tiempo soporte y contenido (contenedor y contenido), el capitalismo cultural comercializa las experiencias de ocio a través de la venta exclusiva del contenido, haciendo desaparecer el envasado. El objetivo es vender la experiencia que ofrece el acceso, es decir, un lugar virtual donde hallar unos contenidos que nos hagan vivir experiencias inmediatas.

²⁵⁹ *Vid.* <https://www.xataka.com/automovil/matar-o-no-matar-el-coche-en-propiedad-esto-es-lo-que-opinan-los-actores-del-sector> [09/06/2019].

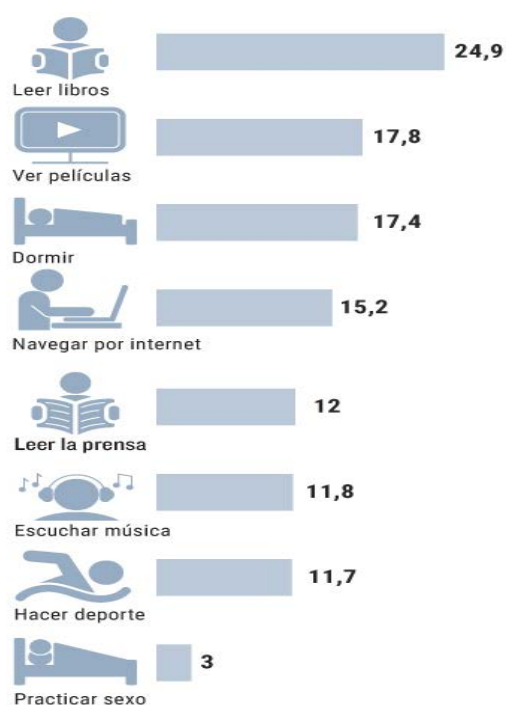
Puede parecer un hecho irrelevante, o verse como un proceso natural empujado exclusivamente por la tecnología, pero detrás de estas prácticas de escucha se halla la necesidad de replanteamiento de un mundo inestable, globalizado y basado en el capital. Un mundo con gobiernos que han cedido (o vendido en algunos casos) su deber de proteger y cuidar los elementos esenciales acordados en la modernidad sólida, en nuestro Estado del bienestar. Estados que han convertido su obligación en un culto a la desregulación y la privatización, transfiriendo sus competencias a empresas privadas. Se tiende a desregular el sistema laboral que convierte al trabajador en un mercado (léase negocio) de la fuerza de su trabajo, se desregula el consumo y los precios de los productos, se desregula la educación y el sistema sanitario, la energía, la salud. ¿El problema no será que estamos desregulando la ética social? Bajo este panorama, ¿por qué no desregular el acceso a la cultura o la información? ¿Por qué no desprendernos del control de la cultura en modelos de negocio que solo piensan en el dinero?

Esta forzada lógica conduce a que sólo quienes puedan permitirse el *renting* de un coche cuyo valor supera los 30.000 euros, solo quienes puedan pagar la suscripción a Spotify o al *The New York Times*, solo quienes el peaje les de acceso a las autopistas, sólo quien pueda pagar la domótica del hogar, el acceso a la información veraz y contrastada, una suscripción a Naxos, el New Grove, la Web of Science, Netflix o Amazon Prime, solo ellos, por el hecho de disponer del supremo acceso, serán los que ostenten la suerte de figurar en el panteón de los modernos, tecnologizados y psicologizados, auténticos ciudadanos urbanitas, los mejor dotados, conectados, interrelacionados, comunicados, los más veloces, los fetiches, los verdaderos ciudadanos del mundo contemporáneo. Los demás, o peor aún, los otros, la otredad formada por quienes quedan fuera, también quedarán al margen de las necesidades impuestas globalmente de autoeficacia, velocidad y competencia. Tres ejes que precisamente tienen que ver con la responsabilidad que el Estado dismantela en sus instituciones y que traslada al individuo, quien debe cargar ahora con la culpa de ser el único responsable de todas sus desgracias. Quien sea autoeficiente, autosuficiente y se mueva a la velocidad que el capitalismo de consumo exige, quien no muestre escrúpulos en la competición por la vida, tendrá alquilado, mientras dure su estatus simulado, un pequeño nicho en el inestable panteón posmoderno. Quienes cumplen dichos requisitos, muchas de las veces ignoran que hay otras personas más eficaces, veloces y competidoras, deseosas por ocupar la ménsula a costa de cualquier cosa. Estos factores se retroalimentan, y obligados por las presiones económicas de las exigencias pueden dejar atrás a los grupos peor considerados. En palabras de Bauman:

Teorizar que Internet es una forma nueva y mejorada de la política, que navegar por la red es una nueva y más efectiva forma de compromiso político, y que la vertiginosa velocidad de conexión a Internet significa un avance de la democracia, se parece sospechosamente a una excusa más de las tantas que esgrimen las clases ilustradas a la hora de justificar sus prácticas de vida, cada vez más despolitizadas, y a su aspiración de obtener una baja con honores de la “política de lo real”²⁶⁰.

En este mundo altamente mercantilizado, la sociedad inalámbrica y de la vida electrónica, de la «*cibervida*», todos aquellos que no asuman su parte de responsabilidad para con sus obligaciones en su función de consumidores en potencia, serán tachados de «consumidores fallidos», subcategorizados en ocasiones como «refugiados fallidos», «inmigrantes ilegales», simplemente pobres o incluso «infraclase»²⁶¹. Las dinámicas de mercado en las que ha entrado la era del acceso pueden provocar que una proporción notable de la población mundial quede al margen del conocimiento, las noticias, la cultura o el arte.

Imagen 26: El visionado de series en España resta tiempo a las siguientes actividades²⁶²:



Fuente: Barómetro GECA y El Observatorio de las Series. J. Aguirre. *El Mundo*, Gráficos. <https://www.elmundo.es/television/2019/06/24/5d0d20d2fc6c8303098b461d.html>

²⁶⁰ BAUMAN, *Vida de consumo* (Madrid, Fondo de Cultura Económica de España, 2016, [2007]), p. 147.

²⁶¹ *Ibid.*, p. 92.

²⁶² Que entre las tres primeras actividades perjudicadas por el visionado de series sean leer libros, ver películas o dormir menos, dice mucho sobre la nueva moda implantada de ver series en Netflix, HBO y similares.

Los informes internacionales del IFPI sobre la venta de soportes, hábitos de consumo e ingresos mundiales de las discográficas, ofrecen datos interesantes sobre determinadas prácticas de escucha de música. Hasta el año 2010 estos informes todavía se centraban en el análisis de las ventas de soportes, intentando siempre evitar la mención al temido MP3, las descargas y las redes P2P. En el informe de PROMUSICAE del 2006 el compact disc sigue siendo el soporte más vendido, seguido por los *singles*, los casetes y los vinilos. Una época en la que, por cierto, los MP3 ya habían invadido buena parte de los discos duros del planeta. El paso del año 2005 al primer semestre del año 2006, justo en el momento en el que aparecen algunos modelos de música *online*, muestra importantes cambios en los hábitos de compra y de escucha: unos hábitos que se acentuarán durante la década que va del 2005 al 2015. El año 2006 experimenta un descenso generalizado de ventas de todos los soportes, excepto del vinilo, que aumenta notablemente. También aumenta este año lo que llaman “otros”, sin querer especificar que se trataba de la música digital de pago procedente de iTunes Store, Naxos y similares, es decir, toda la música *streaming* y las descargas de pago. Que en este año el informe IFPI no incluyera estos datos, revela que, aunque el modelo parecía haber llegado para quedarse, la industria se aferraba a tipos de negocio tradicionales basados en la venta de discos y las regalías por los derechos de propiedad intelectual.

Tabla 4. Variación en las ventas de soportes del año 2005 al 2006.

Sencillos	-47,3%
Vinilos (LP)	+98,2%
Casete	-114,6%
CD	-6,4%
Otros	+1.816,0%

Elaboración propia a partir de PROMUSICAE, 1º semestre 2006. Véase, <https://www.promusicae.es/estadisticos/view/4-informes-promusicae>

Un año después, en el 2007, es cuando el IFPI comienza a incluir la música digital en su informe. También en España se registran por vez primera los ingresos procedentes de la música *online*, con un montante de 13.560.000 euros, lo que supone un 11% del total de los ingresos

de venta de música, una cifra que marca la fuerte irrupción del mercado digital a mediados de la década 2000²⁶³.

Estos años de implantación progresiva de la música *online*, tienden a diferenciar la música que llaman “mercado físico” del denominado “mercado digital”. Solo se centran en los ingresos de las grandes compañías discográficas y dejan al margen la música de las redes P2P, que todavía tenían mucho peso²⁶⁴. Quiero decir, que este año 2007, se valora el mercado tradicional del soporte físico (digital o analógico), pero se comienza a tener en cuenta por vez primera el mercado digital, aunque solo el exclusivamente de pago, con lo que no resulta un buen indicador del cómputo global de música digital de aquellos años al dejar al margen toda la música procedente de las redes P2P.

En el 2007 los principales soportes para escuchar música son mayoritariamente el MP3, en menor medida el recién llegado teléfono móvil que incorpora un pequeño software de MP3, y el iPod²⁶⁵. Las redes P2P (Emule, Edonkey, Bitorrent, Ares, etc.), la copia de CDs (caseras y el top manta), el Bluetooth, la compra de soportes físicos, la compra de MP3 a través del móvil y las plataformas *online*, se reparten el grueso del mercado durante estos años²⁶⁶.

A medida que el streaming se consolida como medio de escucha, habrá una tendencia hacia la búsqueda de música *online* en detrimento de los sistemas tradicionales. En países como Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Francia o Japón, se implantan modelos alternativos a la compra del soporte en los que el *streaming* y iTunes tienen un notable éxito, frente a otros países cuyos modelos de consumo, hábitos, tradiciones o paradigmas de socialización sirvieron de freno a la introducción de música *online* en sus mercados internos. Se aprueban leyes durante los años centrales de la primera década del nuevo milenio, y en países como Estados Unidos, Francia, Alemania, Suecia o Japón, subscriben medidas contra la piratería, elaborando programas dirigidos a la defensa de los derechos de autor, así como acuerdos con gravámenes para

²⁶³ Vid. <https://www.promusicae.es/estaticos/view/4-informes-promusicae> [09/06/2019].

²⁶⁴ *Ibid.*

²⁶⁵ En Estados Unidos y Japón el iPod tuvo un éxito rotundo desde el mismo año de su lanzamiento en 2001.

²⁶⁶ La única plataforma de música hasta el año 2005 era iTunes para cualquier estilo de música, aunque sobre todo popular. Naxos Music Library surge en el 2004 solo para música clásica. En el 2005 nace YouTube y aunque no surge como plataforma para la escucha de música, pronto se crea Vevo (presentada el 4 de marzo de 2009 e inaugurado el 9 de diciembre), por Doug Morris de la Universal.

los fabricantes²⁶⁷. Gravámenes que acabaron pagando los propios consumidores indirectamente, ya que estos impuestos fueron derivados al mercado de compra de tecnología digital²⁶⁸.

La educación, el traslado a la población de la preocupación por la defensa de los derechos de autor, o tal vez el miedo ante las duras medidas disuasorias, condujeron a que, en la actualidad, países como Alemania o Japón sigan siendo los principales consumidores de soporte físico. De hecho, en Alemania la música se escucha mayoritariamente a través de la radio, ya que cuenta con una gran red de emisoras que cubren buena parte de las necesidades de los oyentes, llegando a superar en un 93% de usuarios, muy por encima de la media mundial, siendo solo superada por Polonia (94%) y Sudáfrica (94%). La asociación alemana de la industria discográfica lo anuncia en su informe: «A nivel mundial, el streaming a la carta es la primera opción para escuchar música; en Alemania, la radio sigue a la cabeza»²⁶⁹.

Las suscripciones de música *online* se incrementaron en todo el mundo en un 174,3% del año 2009 al 2010, con un ascenso total del mercado de plataformas del 1.711,9%.

Tabla 5: Mercado discográfico mundial del año 2010.

Mercado Discográfico AÑO 2010						
MERCADO FISICO*	2009		2010			
	Miles de Unid.	Miles de Unid.	Miles de Packs	Miles de Packs		
AUDIO						
Sencillos	54	115	113,0%	54	115	113,0%
Lp's vinilo	106	97	-8,6%	50	59	18,0%
Cassette	0	0	100,0%	0	0	100,0%
Compact disc	21.606	14.928	-30,9%	14.112	9.751	-30,9%
Otros	96	58	-39,6%	77	36	-63,2%
Total Unidades y Packs Audio	21.862	15.198	-30,5%	14.293	9.961	-30,3%
VIDEO						
DVD Y VHS	3.751	1.275	-66,0%	3.751	1.275	-66,0%
Total Unidades y Packs Audio + Video	25.613	16.473	-35,7%	18.044	11.236	-37,7%
TOTAL MERCADO FISICO PVP (€ x 1000)	178.721	127.782	-28,5%	178.721	127.782	-28,5%
MERCADO DIGITAL (*)						
	2.009	2.010		2010		
	VALOR PVP (€ X 1000)		%			
Descargas de Internet	15.488	11.679	-24,6%	% Descargas Internet / Total mercado digital		
Descargas de Móvil	12.162	6.529	-46,3%	% Descargas de Móvil / Total mercado digital		
Suscripciones	4.019	11.022	174,3%	% Suscripciones / Total mercado digital		
Stream	519	9.404	1711,9%	% Stream / Total mercado digital		
Otros	139	65	-53,5%	% Otros / Total mercado digital		
TOTAL MERCADO DIGITAL PVP (€ x 1000)	32.327	38.699	19,7%			
Total Valor Mercados (Físico + Digital)						
	2.009	2.010				
	VALOR PVP (€ X 1000)			VALOR PVP		
Total Valor Mercados (Físico + Digital)	211.048,26	166.480,97	-21,12%			
% Mercado Digital / Físico	18,09%			30,29%		
% Mercado Digital / Total Mercado	15,32%			23,25%		

Fuente: Informe sobre el mercado discográfico físico y digital del año 2010 de PROMUSICA. Véase <https://www.promusicae.es/estaticos/view/4-informes-promusicae>

²⁶⁷ La década 2005-2015 fue testigo de una especial sensibilidad y preocupación por el auge de la piratería. Así lo reflejan informes específicamente elaborados a tal efecto, como el «Estudio base sobre la piratería en la industria de contenidos» elaborado por la GfK (Growth from Knowledge), una importante sociedad alemana para la investigación de los mercados.

²⁶⁸ Véase el Informe de la GfK para PROMUSICA del 2007 en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/4-informes-promusicae> [09/06/2019].

²⁶⁹ [Global ist On-demand-Streaming die erste Wahl beim Musikhören, in Deutschland liegt noch immer das Radio vorne]. Vid. <http://www.musikindustrie.de/musiknutzung/> [09/06/2019].

En el informe del IFPI del 2014 se indica que los ingresos de la industria de música digital y los procedentes del mercado físico se igualan en un 46%. El 8% restante de los ingresos provienen de la comunicación pública. Al año siguiente, el *streaming* seguía creciendo un 39,78% con respecto del ejercicio anterior, con un total en ingresos del mercado digital que superaba al mercado físico en más de 5.5 millones de dólares²⁷⁰.

Tabla 6: Mercado discográfico mundial del año 2015.

Mercado de la Música PRIMER SEMESTRE 2015					
	VENTAS		%		
	2014	2015			
MERCADO FISICO *	PVP(€ x 1000)		%		
AUDIO	33.199	31.573	-4,90%		
VIDEO	770	956	24,24%		
TOTAL Mercado Físico	33.969	32.530	-4,2%		
	2014	2015		2015	%
MERCADO DIGITAL (*)	VALOR PVP (€ X 1000)		%		
Descargas de internet y Móvil (canciones, álbumes, videos musicales...)	7.039	6.779	-3,70%	% Descargas / Total mercado digital	17,80%
Productos de móvil (tonos, ringbacktonos, ...)	734	670	-8,65%	% Productos de Móvil / Total mercado digital	1,76%
Streaming (Suscripciones + Ad-supported)	21.918	30.636	39,78%	% Streaming / Total mercado digital	80,43%
Otros	0	5	100,00%	% Otros / Total mercado digital	0,01%
TOTAL Mercado Digital	29.691	38.090	28,29%		
	2014	2015			
	VALOR PVP (€ X 1000)				
Total Mercados (Físico + Digital)	63.660,03	70.619,87	10,93%		
% Mercado Digital /Total Mercado	46,64%	53,94%	15,65%		

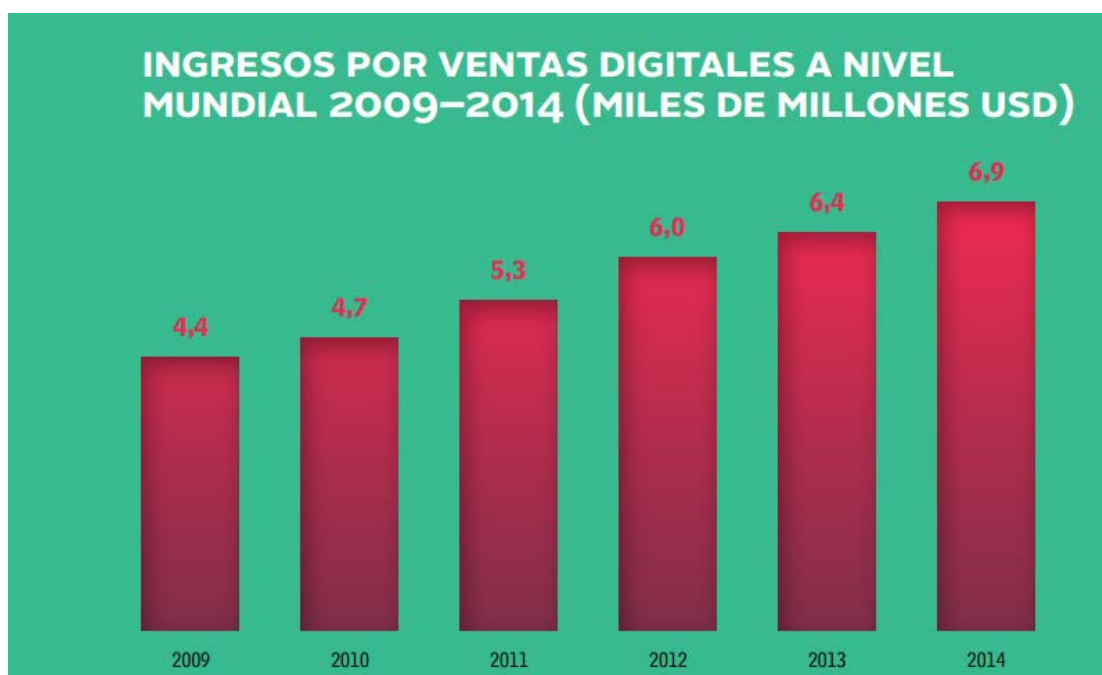
Vid. Informe Mercado de la música 1º semestre 2015, en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/4-informes-promusicae> [09/06/2019]

En el periodo 2009 al 2015 los ingresos aportados por la música digital pasaron de 4.400 millones a 6.900 millones de dólares. Estos datos indican que el modelo de música *streaming* se consolida durante estos seis años, un modelo que se mantiene en alza en la actualidad. Datos que reflejan el auge de la tercera revolución de la música digital iniciada alrededor del año 2005 y que consolida el modelo de acceso al que se refería Rifkin cinco años antes.

²⁷⁰ Vid. Informe Mercado de la música 1º semestre 2015, en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/4-informes-promusicae> [09/06/2019].

Gráfico 11. Ingresos totales por ventas digitales a nivel mundial. Periodo 2009-2014.

Unidades en miles de millones de dólares.

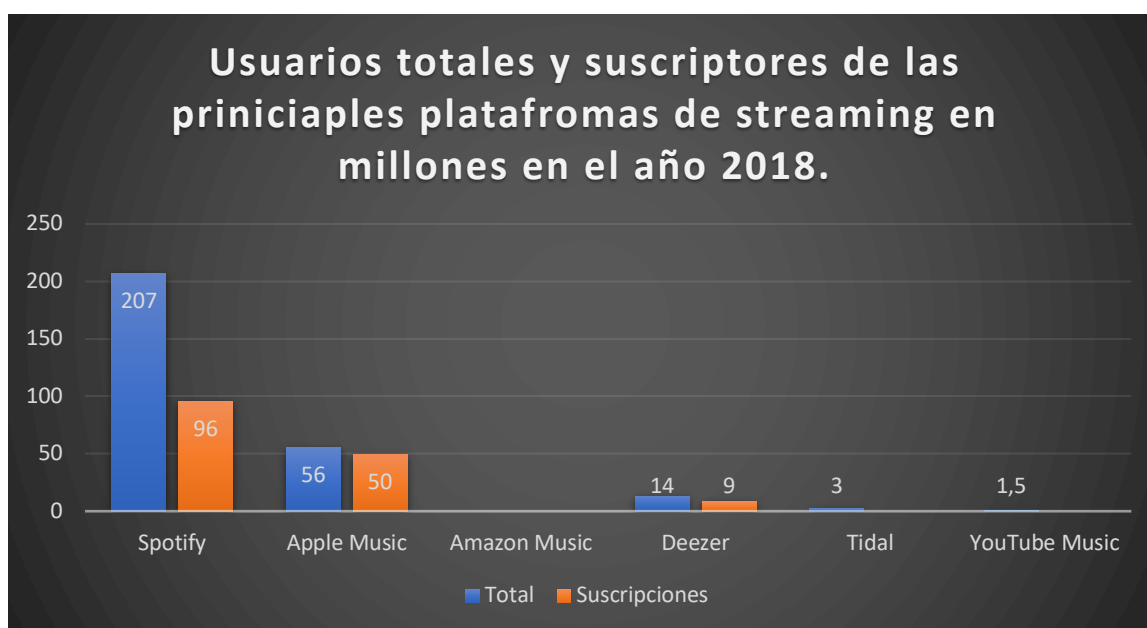


Fuente IFPI, Informe 2015. Vid. <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi> [09/08/2019]

La gratuidad de la escucha de YouTube (o semigratuidad, ya que es música que se financia con publicidad) beneficia a treinta millones de visitantes diarios. Sus usuarios alimentan la plataforma con 300 horas de contenido por minuto y se producen más de mil millones de visualizaciones en un solo día. Más del 70% de estos usuarios utiliza el móvil para acceder a la música de YouTube²⁷¹. A pesar de que uno de los principales frenos para el aumento de suscripciones en plataformas de música proviene de YouTube, en general, las suscripciones están dejando atrás a la escucha gratuita financiada con publicidad de las versiones *freemium*, lo que puede indicar que la suscripción se está convirtiendo en un sistema de distinción social.

²⁷¹ Vid. <https://produccionaudiovisual.com/produccion-video-digital/youtube-hoy-13-datos-que-tienes-que-saber/>. Sobre las diferencias entre unas y otras plataformas se puede consultar HUSS, CHRISTOPHER: “Une révolution audiophile”, en *Diapason*, n.º. 679, Mayo 2019, pp. 21-30.

Gráfico 12. Principales plataformas de streaming en millones de usuarios. Año 2018.



Fuente: <https://www.genbeta.com/a-fondo/spotify-tiene-207-millones-usuarios-casi-mitad-paga-premium-asi-luce-actualmente-batalla-musica-streaming>

En la actualidad, los datos del IFPI reflejan que la gente oye música en el coche (66%), en los desplazamientos a los centros de trabajo y de estudio (54%) y haciendo ejercicio o en el gimnasio (36%)²⁷². En el trabajo o estudiando escucha un 40% de la población mundial y antes de ir a dormir un 19%. El 63% de la población afirma escuchar música en el hogar como modo de distracción, un 54% mientras cocinan o se realizan labores del hogar. Poco más de una tercera parte escucha música en festivales y conciertos. Son los jóvenes de entre los 16 y los 24 años los que más escuchan música en general: en los desplazamientos al trabajo o al centro de estudios es común entre los jóvenes con un 72%; en el hogar, asociado al descanso, un 69%; y antes de ir a dormir, el 30% de los jóvenes²⁷³. En suma, la mayor parte del tiempo que dedicamos a oír música lo hacemos en movimiento y de forma privada con auriculares.

²⁷² En China, por ejemplo, la mitad de la población escucha música en el coche, para dormir y para hacer ejercicio y se llega hasta el 74% para aquellos que escuchan música en el hogar para relajarse. *Vid. IFPI, Music Consumer Insight Report 2018* en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

²⁷³ *Ibid.*

Gráfico 13. Escucha de música grabada en diversas actividades cotidianas. Año 2018.



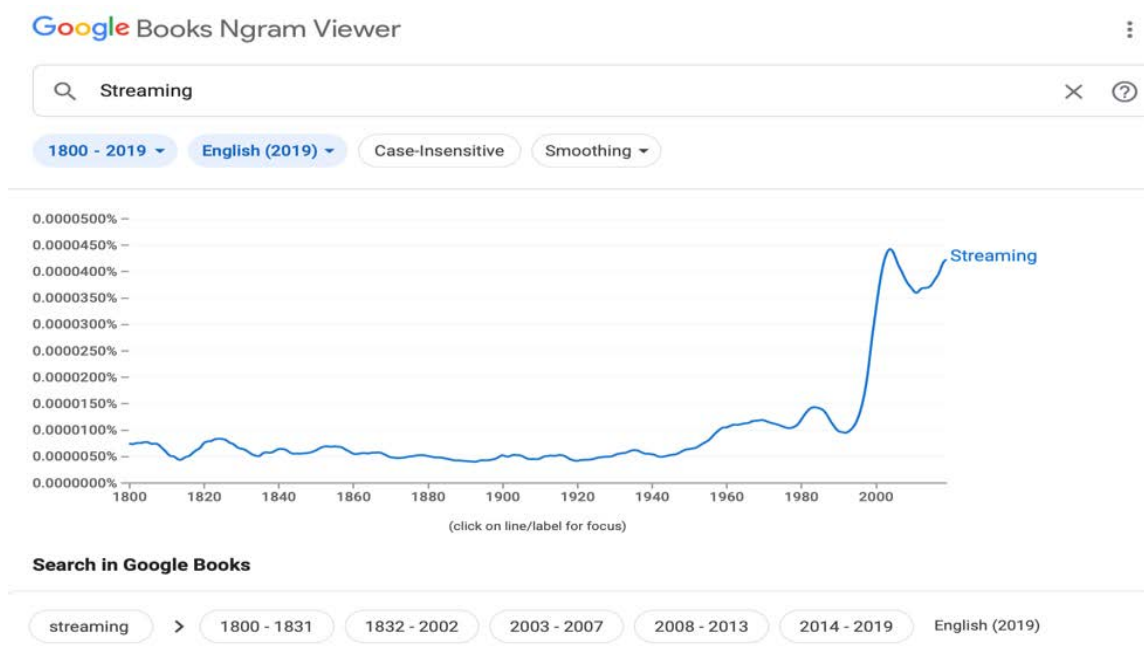
Elaboración propia a partir del Informe IFPI 2018. Véase <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

El aumento de la velocidad (en los desplazamientos, ritmos de vida, etc.) y la facilidad para trasladarnos son factores que trascienden la era moderna. La escucha ubicua forma parte vital de los nuevos modos de operar de las sociedades posmodernas, y los nuevos soportes y reproductores han dibujado paisajes de escucha inéditos.

El término streaming en su acepción inglesa hace referencia a la acción de transmitir contenidos o flujos de información en todas sus variantes. En un sentido estricto, si por streaming entendemos toda transmisión de un determinado contenido musical, la radio es la primera en asumir ese papel. Esta es la razón principal por la que plataformas como Spotify, Deezer o Apple Music no hablen nunca de la radio en sus anuncios, de la radio entendida como experiencia sonora a distancia. La gran diferencia que se establece entre el streaming y la radio hace referencia de forma implícita al medio usado para la transmisión. Por eso hoy entendemos como streaming aquella música transmitida vía internet, es decir, la música líquida.

Siendo fieles a la metáfora baumaniana sobre los líquidos, cualquier tipo de transmisión debería ser llamada líquida, pues refleja a la perfección la idea de los flujos y la inestabilidad de los procedimientos, bien se trate de las redes de pares, de descarga mediante pago, de acceso a través de una suscripción sin la necesidad de descarga, o la transmisión en directo de un concierto.

Imagen 27: Captura de pantalla de Google Books Ngram Viewer.



Uso del término streaming obtenido del banco de datos de Google Books para publicaciones digitalizadas publicadas entre el año 1800 y 2019 [7/01/2021].

Desde este punto de vista, la música en estado sólido o físico, la música en soporte físico ocupa un espacio material, un peso y una masa determinado y cuantificable. La sociología pos-moderna advierte que el peso y la fisicidad se han convertido en una carga innecesaria para un individuo necesitado de lo liviano. Tal vez por ello, los reproductores y los soportes se convirtieron en un lastre en la tercera revolución digital, una carga innecesaria. Movernos por el mundo con nuestra colección de música sólida es imposible en la actualidad. Recordemos que los fabricantes de MP3 (MPMan de SaeHan y el Rio PMP300 de Diamond Multimedia) compitieron desde finales del siglo XX por brindar el reproductor más pequeño y con mayor capacidad, precisamente para ofrecer la liviandad necesaria que requiere moverse velozmente y ser lo más ubicuo posible.

Tal fue el logro tecnológico que el soporte feneció y fue sustituido por la perennidad estimulante del acceso. Por eso se ha impuesto la música en *streaming*, porque ni ocupa espacio ni pesa, porque facilita viajar con toda la música posible. No solo es que el oyente viaja ligero llevando consigo un dispositivo multifuncional (correo electrónico, juegos, música, cámara, acceso a internet, etc.) sino que la música ha desbordado su ya de por sí capacidad ubicua. Si la única muestra externa y física consistía en llevar música almacenada en soporte, ahora disponemos de la mayor biblioteca musical invisible de la historia de la tecnología.

El abandono de algunos de los rituales de escucha de la era analógica en la que los soportes tenían su importancia, ha favorecido una obsolescencia programada de las cosas y de los vínculos. Todo está pensado para fenecer rápido, léase, consumir. Conseguir que los productos (y las relaciones entre las personas) tengan una vida útil intrascendente, fútil, es una de las grandes pérdidas de las modernas sociedades líquidas. Bauman se refiere a la manera en que en la modernidad líquida las personas mayores y los niños se han convertido en un lastre para nuestros proyectos personales. El hedonismo, la individualización, la personalización de las vidas en la segunda mitad del siglo XX, necesita deshacerse rápidamente de todo aquello que frene las posibilidades de desarrollo personal. Del mismo modo, cuando los aparatos dejan de cumplir la vanidosa función para la que fueron creados se convierten en una carga molesta, un freno que desacelera la autoeficacia impuesta por la sociedad de consumo. Esto está teniendo consecuencias en la identidad, entendida como la asunción seria de un compromiso.

Estar en constante movimiento es el contrato firmado en nuestras sociedades modernas, con cláusulas impuestas por la necesidad de consumo. Escuchar música en movimiento y de manera ubicua forma parte de nuestro contrato social. Por cumplir con ese contrato y vivir en movimiento constantemente acelerado, la música tendrá que adaptarse necesariamente, fluidificándose para aliviar de peso al viajero.

Sostenemos con firmeza que la identidad es una construcción discursiva que no solo aglutina características comunes en torno al grupo, sino que también fomenta la exclusión a todo aquel que no comparta las mismas características identitarias establecidas por el grupo dominante. Así, podemos afirmar que se trata de un tipo de relaciones inclusivas y exclusivas al mismo tiempo. Si aceptamos, como sugiere el filósofo, teórico político y escritor postmarxista Ernesto Laclau, que, «la constitución de una identidad social es un acto de poder», estamos asumiendo que la música no popular es el producto de un discurso en torno a la supremacía de ciertas culturas musicales dominantes²⁷⁴. De esta manera queda fuera de la ecuación la música pop. Queda fuera precisamente porque existen ciertas críticas recogidas por algunos sociólogos, etnomusicólogos y estudiosos de la cultura, que ensalzan la ausencia de fundamentos dirigida a la construcción identitaria cuando es comparada con el resto de las músicas. En este sentido, obligarse a viajar exclusivamente con el equipaje de mano puede constituir la negación a querer adoptar determinadas posturas identitarias, que en el caso de la música podría estar relacionado

²⁷⁴ Citado en HALL, STUART y PAUL DU GAY: *Cuestiones de identidad cultural* (Madrid, Amorrortu, 2011, [1996]), p. 19.

con la superioridad estética que se asocia a la música clásica, sobre todo, pero también a la música rock²⁷⁵.

Aclaremos esta tesis. A pesar de negarnos a adoptar discursos de supremacía cultural, aplicando el concepto de ligereza de Lipovetsky podemos entender ciertas posturas. No querer adherirse a una identidad es considerado por parte de una rama de la sociología moderna como un acto de egoísmo o hedonismo al no querer asumir los compromisos que asocia. Una ausencia de identidad que suele criticarse en la música pop comercial. Quien escucha pop suele ser juzgado como un grupo que muestra inferioridad en lo que se refiera al uso de estrategias en la construcción identitaria de una comunidad. También existe un discurso que beneficia a aquellos que se identifican con culturas musicales alejadas del pop, pues se cree que promueven y exaltan un sentimiento identitario mucho más sólido. Estos grupos sociales estrictamente definidos que se sienten atraídos por un tipo de música tienden a marcar diferencias y exclusiones con el resto de los grupos. El gusto se convierte así en la capacidad de excluir y diferenciar, como un logro autolegitimado que refrenda sus propios discursos identitarios diferenciadores.

Moverse, no parar en la fina e inestable capa helada, y si es posible, escuchando música. Moverse con nuestro escritorio virtual, archivos, con la *big data*, con las redes sociales y la comunicación, moverse con el multimedia y nuestros dispositivos. Y de estas necesidades surgen nuevos miedos, como el miedo irracional a permanecer durante un tiempo sin teléfono móvil, llamado nomofobia, el horror de lo inmanejable o los terrores de lo global²⁷⁶.

Algunos de los entrevistados en los estudios realizados por M. Bull del año 2000, afirmaban que la música que llevan en su reproductor portátil es siempre la misma y que la música que oyen en el hogar va cambiando²⁷⁷. Debemos tener en cuenta que cuando Bull recoge estas entrevistas, el *streaming* aún no había comenzado a difundirse y era una época en la que los oyentes dependían de los soportes físicos y los reproductores. Naxos Music Library enfocada a los audiófilos de música clásica surge en el 2004, cuatro años después del estudio de Bull, y YouTube un año después que Naxos. Spotify en 2006, la primera plataforma de música que no se especializa en un solo estilo (aunque en realidad durante estos años fuese una tienda *online* de venta de discos).

²⁷⁵ Véase SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998); CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003).

²⁷⁶ BAUMAN, ZYGMUNT: *Miedo Líquido. La sociedad contemporánea y sus temores* (Barcelona: Paidós, 2015 [2006]).

²⁷⁷ Vid. BULL, *Sounding...*, pp. 18-19.

Es a partir de estos años cuando podemos hablar de música *streaming*, por lo que la era del acceso a la música no estaba lo suficientemente arraigada como para que Bull pudiera comparar los modos aurales de la segunda y la tercera revolución digitales. Según Bull, el iPod consiguió liberar al oyente de toda restricción de la escucha. Cuando Bull escribe *Sound Moves* en el año 2007, el *streaming* había comenzado a postularse como una estupenda opción para la escucha, por lo que su argumento debe enmarcarse en el periodo en el que escribe. Desde la perspectiva de la tercera revolución digital, el iPod también podría ser considerado una limitación si la comparamos con el *streaming*. Por tanto, en cuanto a la ubicuidad de la escucha no creo que estemos en condiciones de asegurar que la escucha *online* en la calle sea distinta o la misma que la escucha *online* del hogar. Sus características no las determina el que la música sea en *streaming* o en soporte físico, sino a través de aspectos relacionados con la subjetividad y los gustos, las modas y las costumbres. No es la tecnología la que define la escucha, sino sólo un mediador que ayuda a definirla.

El problema del repertorio en la era pre-*streaming* dejará de ser una molestia en plena era del acceso. Antes de que llegara el streaming había que planificar la escucha fuera del hogar, pensar en los posibles estados de ánimo que se producirían fuera de casa y planificar los repertorios²⁷⁸. Aparentemente, incluso los MP3 portátiles y los iPod repletos de ingente cantidad de música parecieron solucionar el problema sobre el qué escuchar y en qué momento, algo que resolvería definitivamente el *streaming*. Como advierte Lipovetsky: «Las fórmulas a la carta, la diferenciación de las gamas de precios y productos se han convertido en principios organizadores de la oferta industrial y de servicios»²⁷⁹. Este es un buen momento para recordar que la posmodernidad consiguió que el hombre sus conductas de consumo desde las típicas del capitalismo industrial hacia las conductas propias del capitalismo cultural, es decir del tener al acceder.

Con la llegada del *streaming* y el acceso mediante redes de telefonía móvil, la ubicuidad y la inmediatez se normalizaron para convertirse en una exigencia. Un contrato a la línea telefónica ofrece toda la música líquida, veinticuatro horas del día, siete días a la semana; incluso algunas plataformas permiten la escucha sin conexión.

²⁷⁸ Sobre los cambios de ánimo a través de la escucha de música véase DENORA, TIA: “Music as a technology of the self”, *Poetics* 27 (1), 1999, pp. 31-56.

²⁷⁹ LIPOVETSKY, *La felicidad paradójica...*, p. 73.

La ubicuidad ha reducido el espacio y el tiempo, pero también ha interconectado los elementos de la percepción²⁸⁰. El *streaming* ha constreñido aún más esta relación espaciotemporal. Una relación espacio-tiempo que ya sería preconizada en los mismos comienzos de la fonografía en los escritos de Benjamin o Valéry que hemos citado. Al constreñir el tiempo hemos aumentado la progresiva sensación de falta de tiempo. Como sostiene Rifkin: «En un mundo en el que todos estamos conectados a través del ciberespacio y en el que la información se intercambia a la velocidad de la luz, el tiempo se convierte en el recurso más escaso ypreciado de todos»²⁸¹. Ganar tiempo destinado al ocio mediante las comunicaciones y las relaciones virtuales ha psicologizado al individuo hipermoderno y líquido, un individuo que toma ansiolíticos para paliar sus trastornos simulados. La paradoja circular a la que aludía Hartmut Rosa acerca de la triple aceleración —tecnológica, de cambio social y del ritmo de vida—, promueve definitivamente el estado alienado del hombre tardomoderno. Alienación que retroalimenta el estado acelerado y que lo traslada de nuevo a la ansiedad, a la ausencia de resonancia con el mundo.

La progresiva des-corporización de la música durante toda la era digital, condujo a la absoluta ubicuidad de la música y su desmaterialización. Como dice Lévy, «En el seno de las redes digitales, la información está evidentemente *físicamente situada* en alguna parte, en un soporte dado, pero está también *virtualmente presente en cada punto de la red donde se pedirá*»²⁸². Esto es lo mismo que decir que lo que volatilizó la era digital no fue el soporte en sí, sino su presencialidad: y con ello su control. Dejamos de pagar por el plástico que contiene la música para pagar la inmediatez, reproducida en múltiples dispositivos. Hasta con el propio MP3, aunque los archivos no fueran visibles para nosotros, aún eran nuestros, residían en nuestros discos duros y nuestros reproductores de MP3 portátiles. No se veían, pero sabíamos que ocupaban un espacio en los discos duros. El streaming ha promovido la excelencia de la ubicuidad. Ahora solicitamos, previo paso por caja, la música que deseamos oír, pero desconocemos por completo su lugar de residencia. Tampoco nos importa.

La era digital ha hecho de la música un bien extremadamente accesible, pero no se trata de un acceso que podamos controlar en todos los procesos de escucha como sí hacíamos con el soporte físico. No podemos saber de su existencia salvo que no sea mediante la reactualización

²⁸⁰ Para una visión más amplia de los cambios en el espacio-tiempo como derivación de las TIC *vid.* SALVAT MARTINREY, GUIOMAR y VICENTE SERRANO MARÍN: *La revolución digital y la Sociedad de la Información* (España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011).

²⁸¹ RIFKIN, JEREMY: *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis* (Barcelona, Paidós, 2018, [2009]), p. 529.

²⁸² LÉVY, Pierre: *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* (Barcelona: Anthropos, 2011, [2007]), p. 34. La cursiva es suya.

por medio de la reproducción. Sus códigos informáticos resultan ilegibles para nosotros y sólo cuando son convertidos en imágenes o sonidos audibles, somos capaces de presenciarlos, de saber que existen²⁸³. Nadie lo ve, pero todo el mundo sabe que está ahí.

Para Zygmunt Bauman y Harmut Rosa, la aceleración de los procesos de las últimas décadas, ha conducido al ser humano a la máxima portabilidad de su propio ser²⁸⁴. Todo son flujos: «He aquí el hipertexto global, el metamundo virtual en metamorfosis perpetua, el flujo musical o icónico en crecimiento»», anunciaba Pierre Lévy²⁸⁵. Si hacemos caso a las teorías que vincula la aceleración con el desarrollo tecnológico, con el capitalismo, la competencia y la autoeficacia, podemos augurar un futuro más veloz y sediento de consumo de la cultura, algo que conlleva a otra de las grandes paradojas posmodernas, cuanto más bebemos más sed tenemos. El oyente ha mutado en cliente o usuario, y la música en soporte o contenido. La práctica discursiva gira en torno al capital y los mercados.

Un hecho tremendamente relevante, cada vez más frecuente a lo largo del siglo XX y XXI, ha sido el que sea la música la que se mueva. La gente ya no necesita desplazarse para escuchar cualquier música del mundo²⁸⁶. La ubicuidad de la escucha multiplica los territorios domésticos y privados al mismo tiempo que disminuye los espacios neutros de convivencia. Para S. Gopinath y J. Stanyek, la suave y casi perfecta continuidad entre el hogar y la escucha deambulada es tal vez uno de los cambios más trascendentales provocados por la movilización²⁸⁷.

Los expertos en comunicación audiovisual Jaume Durán y Lidia Sánchez, analizando las industrias audiovisuales, escriben: «por móvil no entendemos sólo la mera portabilidad funcional de un determinado dispositivo. Por móvil entendemos específicamente aquellos medios que proporcionan acceso directo, inmediato y continuado a contenidos o servicios independientemente del lugar y del momento»²⁸⁸. A esta tesis debemos añadir que también permiten desplazarnos fácilmente de unos contenidos a otros, así como la posibilidad de transformarlos, combinarlos y compartirlos. La radio, por ejemplo, siguiendo la definición de Durán y Sánchez, también ofrece acceso directo, inmediato y continuado a contenidos, pero la elección sobre los mismos no es decisión del usuario ni puede transformarlos. La frontera que destruye internet es precisamente esta, elegir, combinar, compartir o transformar a gusto del cliente. La condición

²⁸³ *Ibíd.*

²⁸⁴ BAUMAN, *Vida líquida*...p. 144.

²⁸⁵ LÉVY, *Cibercultura*...p. 121.

²⁸⁶ PETERSON, RICHARD A. y JOHN RYAN: “La música sin cuerpo”, en HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (eds.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), p. 266

²⁸⁷ GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014), p. 4.

²⁸⁸ J. DURÁN Y LIDIA SÁNCHEZ, *Industrias de la comunicación audiovisual*..., p. 303.

establecida por Durán y Sánchez a la hora de hablar de la portabilidad es confundida con la capacidad de acceder a los contenidos. No es lo mismo. El MP3 y el Walkman, por ejemplo, permiten tomar decisiones sobre el repertorio y sin embargo no es necesaria la conectividad. Esta disyuntiva queda resuelta con nuestra propuesta de establecer diferencias entre las distintas fases digitales, a saber, que la tercera fase tiene una relación estricta y directa con la alta capacidad de acceso y las anteriores no.

Los canales de escucha con el streaming son diversos. El teléfono móvil es el más usado. Recientemente han surgido barras de sonido bluetooth, tabletas, todo un mundo Apple de sonido (HomePod), el Chromecast audio de Google, conexiones bluetooth para vehículos, teléfonos, Sonos, Bluesound, etc. Todos estos aparatos permiten una interconectividad que facilita a su vez el que la música esté siempre disponible, reforzando más aún el carácter ubicuo de la escucha.

La escucha portátil suele ser difusa y distraída convirtiendo a la música en la banda sonora que acompaña a otras actividades dentro y fuera de casa. A veces se usa como un intento para superar la alienación y el aburrimiento; puede convertir lo extraño en familiar y viceversa; puede usarse como herramienta de solipsismo y para la gestión de los estados de ánimo; puede ayudar a controlar el tiempo y dar forma a los ritmos de vida y el movimiento. La escucha ubicua se usa para la autoafirmación en un mundo indiferente a la vez que es un medio para disolvernó en él. Contribuye a lo que Bull llama la sensación de frío o calor en diferentes situaciones, creando desde la subjetividad paisajes mentales. La escucha ayuda al control de la interacción y el manejo de la sensación del tiempo.

El streaming ha cambiado los modelos de producción, distribución y acceso a la música con graves consecuencias en las regalías de los autores y los intérpretes. Transformó los ingresos y las regalías, pero también normalizó el sistema de cobros. Ha democratizado los ingresos de los artistas, pero a la baja. Se paga por las búsquedas, por la supuesta escucha. Pero al haber mucha más música online, la escucha se ha diversificado. Y aunque los más beneficiados sigan siendo unos pocos apoyados por la industria, se están abriendo caminos inexplorados a grupos poco conocidos. La omnivoridad de la escucha está provocando un acceso al mercado a grupos y artistas cuyo modelo de negocio se centra en el directo y no tanto en la grabación, que ahora tiende a ser usada más como un medio de marketing.

Si antes del 2010, la industria podía pagar hasta un 12% por cada CD vendido en el mercado, el streaming ha desarrollado un sistema de pago que ya no depende totalmente de la industria, sino de una red de contratos entre artistas y discográficas, y de las discográficas con los

proveedores de contenido, las plataformas de acceso y los agregadores de música²⁸⁹. Dicho de otro modo, el streaming paga por la escucha, por el tiempo de escucha, no por la venta de un soporte. Nuestro tiempo es su dinero. Ahora bien, las quejas al respecto del cobro crecen entre los creadores. Aunque los proveedores esconden la información sobre los contratos y el pago de las regalías, existen espacios en donde se estudia el sistema de proporcionalidad de pagos. Hay que tener en cuenta que cada canción clicada no implica que sea escuchada por completo y que las plataformas computan de manera distinta: algunas computan el tiempo total de escucha de sus archivos, otras contabilizan a partir de los veinte segundos reproducidos²⁹⁰.

El uso de la tecnología streaming también tiene consecuencias en la calidad de la escucha. Hasta el presente se ha demostrado que una escucha a distancia y fuertemente tecnologizada perjudica la calidad de sonido. Las Smart-TV darán acceso a una pléyade de contenidos en línea, pero el resultado final y la promesa de una alta definición atenderá exclusivamente al componente visual. La gran mayoría de los televisores o de los ordenadores no disponen de un sistema de audio apropiado para una escucha Hi-Fi, o al menos semejante a una escucha de música en directo, por lo que no sólo cambia el modelo de experiencia del concierto en su sentido tradicional con respecto a la música en vivo, sino que la cultura del agudo sale reforzada. Vivimos completamente inmersos en la era del agudo. En la potente cultura de lo visual. Lo aural hace tiempo que ha pasado a un segundo plano.

El mayor triunfo del streaming se ha podido observar en tiempos de confinamiento por la pandemia del Covid-19. Se suspendieron todas las actividades en salas, óperas y teatros, asumiendo el streaming el papel de único medio de transmisión de música durante la reclusión. Aunque alguna orquesta ya estaba operando con un modelo mixto de música en vivo y streaming, como la Orquesta de Berlín y su plataforma Digital Concert Hall, otras intentaron sumarse rápidamente a las transmisiones online replanteándose el cobro de ingresos por concierto o por suscripción a una temporada. Las empresas de streaming están saliendo reforzadas con el

²⁸⁹ Los agregadores son empresas que sirven como filtro a las grandes plataformas de música online para elgir que artistas o grupos deben o pueden estar subidos en sus bases de datos y que se llevan bien una pequeña porción por la escucha en streaming de esos grupos o que bien firman un contrato cerrado con las plataformas para las que trabajan. Algunos ejemplos de agregadores son Ditto Music, Alafonte, The Orchard, OneRPM, Believe Digital, CD Baby, DistroKid o TuneCore.

²⁹⁰ Las empresas que más pagan a sus artistas no son las que más beneficio bruto generan. Teniendo en cuenta que en el año 2019 el streaming representó el 64% de todos los ingresos mundiales de música grabada, las treinta principales empresas de streaming del planeta alcanzaron el 99,87% de los ingresos mundiales en este formato. Más aún, las 10 principales compañías de la tabla anterior suman por sí mismas el 93% de los ingresos. Otro dato relevante, Spotify, Apple Music, YouTube Content ID, Amazon Unlimited y Deezer alcanzan el 83% de la cuota de mercado global de música, lo que implica que las cinco empresas más potentes del sector suponen más de la cuarta quinta parte de los beneficios totales de la industria discográfica. Fuente: <https://thetrichordist.com/category/music-streaming/> [23/04/2020].

modelo de acceso en periodo de pandemia. Si las orquestas deciden apostar por el modelo mixto de streaming y música en vivo, creo que no harán otra cosa que tirar piedras sobre su propia y lejana idea del concierto en vivo como evento único y aurático. El ritual social del concierto entraría en coma inducido, y las discusiones en torno a la crítica de la cultura de masas y la mecanización del arte a las que se refirieron Benjamin, Adorno, Horkhemier o Marcuse, probablemente desaparezcan.

Veamos en el siguiente capítulo otras consecuencias de la música digital en la escucha.

MODERNIDAD LÍQUIDA

Una de las principales características de la modernidad líquida a la que se refería Bauman es la capacidad del hombre para viajar ligero de equipaje. No se refería solo a la moda de desprendernos de los objetos, sino que metafóricamente hablaba del proyecto consumista engrasado por el capitalismo, que conduce al ser humano a desprenderse de todo tipo de lastres. La progresiva movilidad gracias al avance de los transportes a lo largo de todo el siglo XX, llevó al individuo a deshacerse de lo superfluo y pesado a la hora de emprender un viaje. Porque el peso es inversamente proporcional a la velocidad del movimiento, y en nuestra era posmoderna de aceleración constante, casi toda carga resulta innecesaria, una molestia. Los cánones actuales de competencia y autoeficiencia exigen deshacernos del exceso de peso a la más mínima duda.

Así, la progresiva miniaturización del soporte ayuda al hombre moderno en la cobertura de sus deseos. Viajar ligero de equipaje conlleva no encariñarse a un lugar, ni a ningún objeto que implique lo emocional, ni siquiera el compromiso personal que requiera del afecto. El movimiento constante y veloz, otra exigencia de nuestras sociedades, necesita de lo liviano para que el mal llamado mercado de trabajo resuelva sus cuentas con celeridad, so pena de no superar los beneficios año tras año. Quien permanezca quieto, morirá virtualmente, será excluido de las ofertas de trabajo, de las redes sociales, de las modas, y lo que es peor aún, será desahuciado del gran bazar, expulsado y bloqueado como potencial consumidor. La fina capa de hielo en la que nos movemos continuamente obliga a que nuestros movimientos sean rápidos y ligeros. El peso en nuestra era tardomoderna y líquida es inversamente proporcional a la velocidad.

Despojarnos del continente, del soporte, del objeto y su pesada carga, debe asociarse no sólo con el desarrollo de la tecnología, sino con un concepto social más amplio relacionado con la búsqueda posmoderna de las experiencias y la casi angustiada necesidad de acceso inmediato a

los contenidos, a la información y a las rutinas que nos ofrece la red²⁹¹. Jeremy Rifkin (1945-) lo explicaba en los siguientes términos:

El turismo y todo tipo de viajes, los parques y las ciudades temáticas, los lugares dedicados al ocio dirigido, la moda y la cocina, los juegos y deportes profesionales, el juego, la música, el cine, la televisión y los mundos virtuales del ciberespacio, todo tipo de diversión mediada electrónicamente se convierte rápidamente en el centro de un nuevo hipercapitalismo que comercia con el acceso a las experiencias culturales. [...] Uno de los elementos que definen la era que se avecina es la batalla entre las esferas cultural y comercial por conseguir controlar el acceso y el contenido de las actividades recreativas²⁹².

El acceso, el flujo y las experiencias constituyen tres de los elementos que definen algunas de las características de nuestras sociedades contemporáneas, pero también definen con acierto el *modus operandi* de la música en internet.

La idea de ligereza no es nueva. El hombre siempre ha ansiado miniaturizar sus objetos de uso cotidiano si éstos seguían desempeñando sus funciones. Si durante la década de 1920 progresan en Estados Unidos sistemas de reproducción pequeños y se trabaja para reducir la distancia entre los surcos de un disco con el objeto de grabar más música en el mismo espacio, no fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial que la «economía de lo ligero» triunfa al albur del capitalismo de consumo de masas²⁹³. El resultado final fue el advenimiento del «capitalismo inmaterial» en el que la economía se basará en los recursos y objetos inmateriales²⁹⁴. El capitalismo inmaterial es perfecto en un mundo veloz y de cambio perpetuo, es ideal para la música streaming.

Los individuos de las modernas sociedades líquidas actúan igual que las características físicas de los líquidos por exigencias impuestas desde afuera. Como decía Bauman en el año 2000:

Los líquidos, a diferencia de los sólidos, no conservan fácilmente su forma. Los fluidos, por así decirlo, no se fijan al espacio ni se atan al tiempo, [...], los fluidos no conservan una forma

²⁹¹ Ya en 1928 Paul Valéry vaticinaba que, “Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo. [...] Entre todas las artes es la música la que está más cerca de ser traspuesta al modo moderno. Su naturaleza y el lugar que ocupa en el mundo la señalan para ser la primera que modifique sus fórmulas de distribución, de reproducción, y aun de producción” (Valéry, 2005: 131-132). Y David Bowie parece haber leído a Valéry, “Music itself is going to become like running water or electricity” (Bowie, New York Times, 2002).

²⁹² RIFKIN, JEREMY: *La era del acceso. La revolución de la nueva economía* (Barcelona, Espasa, 2017, [2000]).

²⁹³ LIPOVETSKY, GILLES: *De la ligereza* (Barcelona, Anagrama, 2016), p. 28.

²⁹⁴ *Ibid.*, p. 29

durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla, [...]. Lo que cuenta para ellos es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar: ese espacio que, después de todo, sólo llenan por un momento. En cierto sentido, los sólidos cancelan el tiempo; para los líquidos, por el contrario, lo que importa es el tiempo²⁹⁵.

La escucha de música actual adquiere caracteres líquidos porque el soporte ya no tiene forma, porque la música ya no está fijada en un espacio físico sino virtual. La música se fluidifica por la red y es proclive a cambiar de formato y a trasladarse de un lugar a otro con suma rapidez. No cuenta el espacio que ocupa sino el flujo constante e instantáneo que llena por un solo momento, que es el de la propia escucha. El disco premiaba el objeto. Un objeto simbólico que cosificaba la música. El streaming premia solo el uso del tiempo al que se refiere Bauman, en concreto el tiempo de nuestra atención que es convertida en dinero por empresas.

El sociólogo francés Gilles Lipovetsky publicó su libro *La era del vacío* en 1983, tan solo cuatro años después de que apareciera el Walkman y solo un año después de las primeras grabaciones comerciales en disco compacto. Tratando de explicar los cambios en las sociedades y las transformaciones en las conductas de los hombres desde la segunda guerra mundial, Lipovetsky se halla sumergido de pleno en lo que para él era una auténtica revolución, la portabilidad del Walkman y el comienzo de la era digital de la música. Hablando de la progresiva miniaturización de los aparatos tecnológicos afirma: «El desmenuzamiento de la división social coincide de alguna manera con la nueva tendencia tecnológica a lo “ligero”: a la hiperpersonalización de los individuos y los grupos responde la carrera hacia la miniaturización, accesible a un público cada vez más amplio»²⁹⁶.

Con esta frase Lipovetsky está relacionando los paradigmáticos cambios sociales e individuales de la historia del ser humano de la segunda mitad del siglo XX con los avances tecnológicos. La hiperpersonalización a la que se refiere Lipovetsky tiene que ver con el constante desarrollo tecnológico que entrega al individuo lo necesario para cubrir sus necesidades experienciales, consumistas y hedonistas. Continúa Lipovetsky:

Se han señalado hace tiempo los aspectos risibles de las innovaciones tecnológicas modernas, sus proliferaciones de accesorios, sus aberraciones de funcionalidad absoluta [...] pero en la época

²⁹⁵ BAUMAN, ZYGMUNT: *Múltiples culturas, una sola humanidad*, (Barcelona: Katz Editores, 2008), p. 8. Aunque Bauman sí se pregunta sobre lo líquido que hay en el arte en BAUMAN, Zygmunt: *Arte ¿Líquido?*, (Madrid: Sequitur, 2015), no lo hace en concreto hacia la música como un hecho aislado, pero no por ello, podemos negarle la paternidad del término y menos aún su fundamento teórico.

²⁹⁶ LIPOVETSKY, GILLES: *La era del vacío* (Barcelona, Anagrama, 2018, [1983]), p. 167.

del Hi-Fi, del video, de la “pulga”, ha aparecido una nueva dimensión que deja atrás el ridículo de los automatismos “inútiles” [...] la proeza tecnológica consiste en ocupar menos espacio [...] *Ultra Compact Machine* [...], lo tecnológico se vuelve humorístico a fuerza de “compact”, de dimensiones reducidas: minicadena estereofónica, microtele, walkman, juegos electrónicos en miniatura, ordenadores de bolsillo. [...], el proceso interminable de reducción suscita la diversión maravillada, emocionada, del profano [...] ²⁹⁷.

Este proceso interminable de miniaturización al que se refiere Lipovetsky se está agotando definitivamente, al menos en lo que al soporte musical se refiere. Tal ha sido el empeño durante todo el siglo XX por comprimir contenido y continente que la música, en su sentido físico, ha desaparecido por completo de nuestras vidas como consecuencia del streaming, es decir, de la era del acceso. La proeza tecnológica de ocupar menos espacio está llegando a su fin.

No perdamos nunca el rumbo que nos marca nuestro norte ególatra y hedonista. Si la identidad es un compromiso con la cultura, viajar ligero también supone no querer acumular identidad. Los aparatos de reproducción, los álbumes, la identidad conformada por la escucha, los estilos que cohesionaban, añadían una carga emocional. Una carga que en los tiempos de la modernidad líquida ocupan demasiado espacio. Un espacio innecesario en la maleta de las emociones y los compromisos. Deshacerse de cualquier sentimiento de identidad y de pertenencia es el objetivo principal de la música popular de las últimas décadas. Que los oyentes viajen ligeros de equipaje emocional es condición necesaria para el lucro de la industria del pop, capaz de inventar listas con obsolescencia programada de grandes éxitos en el menor tiempo posible. Deshacerse rápido de los éxitos de ayer para ofrecer nuevos hoy, cumpliendo así las máximas tardomodernas de velocidad, consumo, desapego e indiferencia.

Como advierte George Yúdice, «percibimos que la música es cada vez más ubicua; casi no hay espacio donde no se oiga música»²⁹⁸. Si se hace con auriculares cada cual escuchará su propia música. Si se invade el espacio con música ambiente o muzak todos estarán obligados a compartir la misma. «Las nuevas tecnologías —dice Yúdice—, fomentan diferentes prácticas o estados de recepción y percepción»²⁹⁹. Continúa: «Las nuevas tecnologías nos permiten liberarnos de la oferta limitada a que nos tenían condenados la industria del entretenimiento»³⁰⁰. No hay límites en la era del streaming. También lo advertía Jacques Attali: «ambigua y frágil, aparentemente menor y accesorio, [la música] ha invadido nuestro mundo y nuestra vida

²⁹⁷ *Ibid.*, p. 167-168.

²⁹⁸ YÚDICE, GEORGE: *Nuevas tecnologías, música y experiencia* (Barcelona, Editorial Gedisa, 2007), p. 18.

²⁹⁹ *Ibid.*, p. 20.

³⁰⁰ *Ibid.*, p. 96.

cotidiana»³⁰¹. Por eso la cercanía y el acceso a los nuevos sistemas de reproducción portátil han modificado las prácticas aurales de manera interactiva, obligando a elegir de entre la inmensa biblioteca musical: no pasivamente como ocurría con la dictadura del dial impuesta por la radio. Por eso el acceso nos ha hecho más libres. Y sin embargo, como advierte la musicóloga estadounidense Rose Rosengard Subotnik: «Pero, ¿de qué sirve la libertad de pensamiento si no es más que una libertad para negarse a comprender?»³⁰². El acceso democratiza, pero el exceso y la ausencia de método nubla el pensamiento. ¿De qué sirve la libertad si no sabemos cómo usarla en beneficio de la cultura? ¿De qué nos sirve si no es más que para reducir nuestras formas de pensamiento?

Que la música tornase en digital, virtual, online, ubicua e inmaterial, está directamente ligado a la miniaturización. Ocultar el dispositivo es la evolución natural del carácter tecnológico, como ocurrió con el iPod y el teléfono móvil. Desde el culto al objeto musical de la música grabada en los tiempos del gramófono hasta la desaparición del soporte y el camuflaje del reproductor, la historia demuestra que la inercia por lo minúsculo ha llevado a la música a su propia desmaterialización. El carácter simbólico del soporte se ha esfumado. La tendencia tradicional del sujeto por obtener, contemplar y ostentar el objeto se ha disuelto. La ostentación del objeto en la música grabada ya no existe y en su lugar la exhibición se centra ahora en la velocidad, inmediatez del acceso y la licuefacción. El soporte, lo único que recordaba físicamente la ya de por sí inmaterialidad de la música y el sonido, no tiene cabida en un mundo líquido.

Ahora nos movemos dentro de la experiencia de la vida mercantilizada³⁰³. Fluidificar por completo la música, así como el dinero, el texto, las noticias, las películas o las relaciones personales, he aquí otro de los logros tardomodernos. La música es ya un flujo constante. Es líquida. Si seguimos la metáfora de las sociedades propuesta por Bauman, ¿qué es la música en *streaming* más que un flujo que no conserva su forma, que solo existe en el tiempo y que no ocupa espacio alguno?

Los modelos de producción pueden estar relacionados con determinadas prácticas de escucha y de fabricación de componentes. Así, la época fordista se circunscribe en la primera fase de la reproducción mecánica mediante el uso comercial y empresarial de la música. Es la época

³⁰¹ ATALLI, Jacques: *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música* (Valencia: Ruedo Ibérico, 1977), p. 9.

³⁰² SUBOTNIK, ROSE ROSENGARD: *Developing variations. Style and ideology in Western music* (Mineapolis, University of Minnesota Press, 1991), p. 11. [But what good is freedom of thought if it amounts to nothing more than a freedom to refuse to understand]

³⁰³ M. SCHERZINGER, "Divisible mobility" en GOPINATH, *The Oxford...*, vol1. Pp, 91.92.

del fonógrafo, el gramófono y la radio. Es la época de la escucha colectiva. En los setenta, como advierte Bull, los usos fordistas de la música en fábricas y centros comerciales operaban en paralelo a los usos posfordistas en los que el consumo de música comienza a personalizarse. O sea, el posfordismo coincide con los inicios de la personalización de los contenidos gracias a la cinta de casete, el Boombox, los popurrís y las copias caseras. El oyente empieza a tener cierto control sobre la música que quiere oír, y la industria ya no acapara por completo la distribución y la copia de música. El completo control llegaría con la música streaming haciéndolo coincidir con el sistema productivo que Bull denomina hiper-post-fordista. Un sistema con el que el oyente participa en la escucha colectiva y la personal e individual según convenga. La producción y el consumo del sonido urbano es, en consecuencia, simultáneamente fordista, posfordista e hiper-post-fordista dadas sus características de colectivización, personalización e individualización a través de la recepción de una amplia gama de tecnologías de la comunicación³⁰⁴.

El modelo actual, al que Bull llama hiper-post-fordismo, estará marcado por la absoluta individualización de los espacios de escucha gracias al auricular. Es una etapa en la que nadie que así lo desee, tendrá que soportar la música muzak, la música ambiental o los ruidos del hombre urbano. El oyente obtiene todo el control sobre el qué, cómo y cuándo escuchar. Es la época del Walkman, el MP3, Napster, iTunes y iPod, reproductor este último al que Bull se refiere como «el impulso mediador y privatizador».³⁰⁵

Tecnologías como la pila de botón y el circuito impreso que surgieron durante la Segunda Guerra Mundial, se aplicaron comercialmente en la década de 1950 en audífonos que servirían de banco de pruebas para la longevidad de los componentes, las técnicas de producción en masa y el interés de los consumidores por la tecnología miniaturizada³⁰⁶. Un ejemplo mucho más conocido fue el de la cinta magnetofónica de carrete abierto, que obtuvo un importante éxito al compactarse en la cinta de casete desde 1962 por Philips.

Los historiadores de la ciencia y la tecnología Lillian Hoddeson y Michael Riordan toman la fecha de 1948, año en que surge el transistor, como un hito en la historia de la miniaturización tecnológica. El también historiador Eric Hintz, especialista en ciencia y tecnología en el Lemelson Center, afirma que debe tomarse la pila de mercurio de botón que precedió al transistor como el inicio de los sistemas miniaturizados. En 1961, James Nall, desarrollador en la industria

³⁰⁴ BULL, MICHAEL: “iPod use, meditation, and privatization”, en Gopinath, *The Oxford...* Vol1, p. 104.

³⁰⁵ *Ibid.*, p. 105.

³⁰⁶ Por ejemplo, el auricular se sirvió de la investigación en audífonos a la hora de miniaturizar los componentes y el abaratamiento de la producción.; vid. Mills, Mara: “Hearing aids of electronics miniaturization” en STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012), p. 74.

informática de la microelectrónica y fundador de Fairchild Semiconductor, insistía en conceder semejante honor a los circuitos electrónicos impresos y los tubos en miniatura. Este mismo año, los ingenieros al servicio del ejército de los Estados Unidos, George Senn y Rudolph Rihs, coincidieron en determinar que la filosofía de la miniaturización arraigó durante la Segunda Guerra Mundial a medida que los tubos de vacío comenzaron a ser adoptados para múltiples dispositivos comerciales.

6. OTROS MODOS DE ESCUCHA EN LA ERA DIGITAL: ESCUCHA ATOMIZADA, DEMOCRATIZADA, OMNÍVORA, LINEAL, HIPER-REALISTA Y VISUAL.

*Sin la presencia del otro, la comunicación degenera
en un intercambio acelerado de información.
No entabla ninguna relación, solo una conexión.
Es una comunicación sin vecino, sin ninguna cercanía vecinal.
Escuchar significa algo totalmente distinto que intercambiar información.
Al escuchar no se produce ningún intercambio.
Sin vecindad, sin escucha, no se configura ninguna comunidad.
La comunidad es el conjunto de oyentes.
(Byung-Chul Han)¹*

6.1. ESCUCHA ATOMIZADA

La fragmentación, como ya lo advertía David Harvey en 1990, es una de las características destacadas del posmodernismo, junto con la indefinición y el descreimiento profundo respecto de los tradicionales discursos universales o «totalizantes». En su libro *La condición posmoderna*, el geógrafo y teórico social británico citaba unas líneas de Italo Calvino escritas en 1981: «escribir largas novelas hoy es quizás una contradicción: la dimensión del tiempo ha sido destrozada, no podemos vivir ni pensar si no es en fragmentos de tiempo, cada uno de los cuales sigue su propia trayectoria y desaparece inmediatamente»². La fragmentación es un proceso que se acentúa en las estructuras impuestas por la economía de mercado capitalista del siglo XIX, cuyos ideales brotan en la Ilustración, y cuyo lema es el de una mayor ganancia a costa de la venta de productos y bienes de todo tipo, sin olvidar los culturales.

Abandonar el modelo medieval fue considerado un logro por los pensadores del siglo XVIII. Para ello suponían necesario implantar una nueva filosofía centrada en «lo efímero, lo huidizo y lo fragmentario» como «condición necesaria a través de la cual podría realizarse el proyecto modernizante»³. Desde el siglo XVIII hasta la Segunda Guerra Mundial estos procesos de cambio han experimentado distintas fases en ritmo creciente, pero en torno a la década de 1960, y muy especialmente desde las tecnologizadas sociedades de los ochenta, la aceleración de estos procesos ha sido exponencial. Veamos de qué manera ha influido la fragmentación en la música de la era digital.

La fragmentación no debe tomarse como una práctica nueva y tampoco como una consecuencia de la grabación del sonido. A lo largo de la historia podemos observar que buena parte de los programas de concierto fueron elaborados a base de piezas procedentes de distintas obras.

¹ HAN, BYUNG-CHUL: *La expulsión de lo distinto* (Barcelona, Herder Editorial, 2017, [2016]), p. 119.

² HARVEY, DAVID: *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]), p. 322.

³ *Ibid.*, p. 28.

Los recitales de música clásica se reconstruían con la suma de diversos fragmentos, a modo de collage, mediante la miscelánea de arias, oberturas, movimientos sueltos de sinfonías, y otras piezas. Sirva como ejemplo el primer capítulo, “Miscelánea y colegialidad, 1750-1800” del libro de William Weber *La gran transformación en el gusto musical*, con el que analiza este hecho como práctica habitual en la elaboración de programas de concierto durante el siglo XIX.

En lo que se refiere a la música grabada, la fragmentación no solo ha condicionado el tiempo de atención prestado a la escucha, sino al tipo de vínculos y relaciones existentes entre las partes o secciones que integran una grabación en una escucha prolongada. Por ejemplo, la *Novena* de Beethoven o un álbum de rock, vienen a durar alrededor de una hora. La *Novena* tiene una estructura en cuatro movimientos para ejecutarse en un orden concreto, está creada como un todo íntegro e indivisible. Lo mismo ocurre con el álbum *On Every Street* de Dire Straits, que dura poco menos que la *Novena* y que perdería por completo su carácter orgánico si se cambiase el orden de escucha de las pistas, ya que está concebido como álbum conceptual, con entidad propia y un enfoque que podríamos llamar argumentativo o narrativo.

Ahora bien, con la aparición del fonógrafo, si no comienza la descomposición de la obra en pequeños fragmentos sí lo hace la discontinuación de una escucha más o menos lineal y prolongada⁴. Las primeras grabaciones solo permitían dos minutos de escucha por lo que no había más remedio que grabar pequeñas piezas o fragmentos de obras mayores. Unas piezas que eran modificadas —se ejecutaban más rápido, eliminaban compases o se realizaban arreglos *ad hoc*— con el objeto de que cupieran en los pequeños cilindros. Otros sistemas posteriores acen- tuarán esta atomización. La radio, por ejemplo, siempre ha tendido a emitir fragmentos incone- xos de obras mayores que muchas veces no muestran ningún tipo de vínculo entre ellas. Para Adorno, la radio en particular y los medios de masas en general, atomizan la escucha del oyente. Pero no olvidemos que Adorno se refería a un oyente melómano perteneciente a la alta cultura. Para la «música inferior no hay nada que descomponer», decía, refiriéndose al resto de músicas entre las que se encontraba toda aquella música de consumo de masas, especialmente la música grabada y el jazz⁵.

⁴ Según advierte Levitin, el cerebro tiene momentos de atención y de esparcimiento en la escucha. Vid. LEVITIN, DANIEL J: *Tu cerebro y la música. El estudio científico de una obsesión humana* (Barcelona, RBA Libros, 2018, [2006]).

⁵ ADORNO, THEODOR, W.: “Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha”, *Disonancias*, (Madrid, Akal, 2009), p. 37.

En medio de la baja y la alta cultura se encuentra la cultura media. El término middlebrow, por oposición a lowbrow y highbrow, se empleó en Gran Bretaña por vez primera en el año 1925 para describir una cultura accesible intelectualmente hablando. Esta terminología tiene su origen en la frenología, una pseudo ciencia con fines racistas bastante popular en el siglo XIX.

Aunque vayamos a adoptar una actitud crítica sobre algunos de los textos de Adorno que tratan de los modos de escucha y su tipología de oyentes, debemos asumir que, en cuanto a los conceptos de atomización y desfragmentación, no podemos negarle la razón. Con algunas excepciones de emisiones de radio, los primeros sistemas fonográficos, fragmentaron las obras de música culta y obligaron a arreglar y cortar muchas piezas del repertorio con el único objetivo de amoldarse a las limitaciones de los sistemas de grabación. Estas limitaciones de tiempo afectaron a tres aspectos en la producción y el consumo de música. Por un lado, los oyentes se acostumbraron a piezas de no más de cuatro minutos de duración. Incluso los asistentes habituales a la música clásica en vivo de la cultura burguesa experimentaron y naturalizaron la atomización de la escucha fonográfica hasta mediados del siglo XX. El repertorio grabado privilegiaba las piezas cortas por encima de las largas pues se necesitaban varios discos para albergar obras completas, algo que, por un lado, encarecía la compra de música grabada y por otro, no eliminaba la fragmentación de la escucha, pues había que cambiar varias veces de disco para escuchar una obra entera. Esto alentaba a los intérpretes y a las discográficas a grabar piezas más breves. Todas estas limitaciones influyeron directamente en las programaciones de la música en vivo que incorporaron buena parte de esas piezas ante el éxito obtenido en las grabaciones y la radio⁶.

Se puede afirmar que la historia fonográfica es la historia de la fragmentación de la música, con las notables excepciones que supusieron algunos soportes de la segunda mitad del siglo XX. Al menos en la música clásica las obras pudieron escucharse completas durante los años comprendidos entre el disco de vinilo de larga duración en 1948 y la aparición del MP3 a finales del siglo XX. Cuando el oyente obtuvo el control completo sobre la escucha es cuando la atomización y la fragmentación se impusieron definitivamente. Esto ocurrió con la ayuda del Walkman, el MP3, el iPod, YouTube y, sobre todo, el *streaming*.

Como ya hemos anunciado, esta fragmentación no es algo novedoso, sino que comienza con las limitaciones de tiempo de las grabaciones de los primeros fonógrafos y gramófonos, y continuó hasta el *long play*. Los primeros experimentos de fragmentación y collage se produjeron ya desde 1920⁷. El límite de dos o tres minutos de duración de los cilindros obligaba a tener que escoger piezas de esa duración o tener que arreglarlas para adaptarlas al nuevo soporte. El trabajo de los inventores siempre consistió en reducir la distancia que había entre los surcos

⁶ Vid. KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), pp. 36-41.

⁷ MCLEOD, KEMBREW y PETER DICOLA: “Una historia legal y cultural del collage sonoro”, en MCLEOD, KEMBREW y PETER DICOLA: *Criminales del copyright. Ley y cultura del samplig en la música digital*, (Asturies, Hoja de Lata, 2014), pp. 61-106.

empleando el mismo diámetro con el objeto de ganar tiempo de reproducción. Se alcanzaron tiempos cercanos a los 40 minutos cuando la RCA propuso un disco de 33 rpm, aunque sería rechazado por comerciantes y sobre todo por un público que no quería modificar el mecanismo que afectaba a la velocidad de sus gramolas de 78 rpm. Así, hubo que esperar al disco de vinilo del año 1948 para alcanzar una hora de escucha, treinta minutos por cara. La radio también contribuyó a la división del tiempo y la fragmentación con la emisión de movimientos sueltos de música clásica. Antes del microsurco, el foco principal de atención de la mayor parte de las emisoras estuvo destinado a la escucha de la canción ligera, prestando mucha menor atención a la música clásica, que, por sus dimensiones, era bastante más difícil de “enlatar”.

Marta García Quiñones analiza la manera en que las radios que emiten música clásica se basan en conceptos de audiencia y de consumo de masas. Según García Quiñones emiten fragmentos atomizados a modo de música de ambiente, cuidando muy bien el repertorio con el único objeto de no desplazar la atención del oyente de todo aquello que no sea música de acompañamiento para las tareas diarias:

Partir de la escucha ambiental como paradigma perceptivo determina la elección de herramientas de análisis de mercados en que el material musical se reduce a fragmentos de pocos segundos. A su vez, las clasificaciones del material musical que se derivan de estas herramientas de análisis no pueden significar más que una reducción de los horizontes de la audiencia, pues no cabe esperar ningún juicio estético sofisticado de la escucha de unos pocos compases⁸.

Y continúa:

Obviamente las decisiones de programación de una emisora de radio, en especial si se trata de una emisora pública, tienen siempre una lectura política. A la radio pública se le atribuyen tradicionalmente funciones educativas y de transmisión cultural, que en los casos que hemos presentado se han abandonado en favor de criterios netamente comerciales⁹.

Con el *long play* arraigó el concepto de álbum. No sustituyó al *single*, pero sí obligó a la industria a tener que acomodarse a las nuevas medidas del vinilo, elaborando álbumes más complejos, pensados con un sentido de unidad, con un argumento narrativo o un hilo que tejiese

⁸ Véase GARCÍA QUIÑONES, MARTA: “Escucha ambiental y tradición musical: cuando las emisoras de música clásica programan para el oyente distraído” en GARCÍA QUIÑONES, MARTA (ed.), *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental* (Barcelona, Orquesta del caos, 2008), pp. 99-111.

⁹ *Ibid.*, p. 105.

cada una de las pistas. A pesar de rozar la hora de escucha ininterrumpida, el puntillismo de la escucha no llegó a desaparecer por completo en la época del vinilo. Las radios continuaban emitiendo listas de grandes éxitos de música popular y fragmentos de obras en los diales de música clásica. Algunas discográficas se animaron a publicar vinilos que agrupaban arias, adagios u oberturas de diferentes obras interpretadas por un mismo cantante, director u orquesta. De todos modos, hay que recordar dos cosas: una, que el álbum como producto de mercado de masas fue una rareza antes de 1965 y; que el rock and roll tendría mucho que ver a la hora de concebir el álbum como un cohesionador de canciones.

El orden de las pistas en un disco obedece a distintas razones musicales, comerciales y psicológicas calculadamente estudiadas. Incluso se utilizó el término álbum conceptual para referirse a su carácter narrativo. Encontrar un argumento, una temática, una estética que confiriese un aspecto global, fue una práctica habitual tanto para los artistas como para las discográficas desde los mismos años cincuenta. En 1981 aparece la MTV (Music Television), dos años antes había aparecido el Walkman. La MTV fue el primer canal de televisión en emitir vídeos promocionales de música popular. Por su parte, el Walkman, junto a la doble platina grabadora, animó al diseño de popurrís caseros totalmente personalizados, descomponiendo las bibliotecas privadas en puras misceláneas de fragmentos descontextualizados, dejando al oyente la libertad de mezclar.

Aunque el concepto de pincha discos ya existía desde la década de 1930, en los ochenta surgiría una figura que convertirá la mezcla y el corta-pega en una especie de juego: hablamos del *disc-jockey*¹⁰. Desde la década de 1990, con la informática y el desarrollo del software, compilar música será una práctica habitual, fácil y rápida. Si en los ochenta y los noventa se acentuó la fragmentación de la escucha, a finales de milenio la descomposición alcanza los límites de la atomización. Dado el éxito que adquirieron las redes *peer-to-peer* en donde los cibernautas colgaban y compartían millones de canciones sueltas, los ordenadores de todo el mundo se llenaron de archivos de audio huérfanos. La industria criminalizaba estas prácticas, pero también escondían que las P2P, muchas de las veces, animaban la promoción y la compra de álbumes por parte de los cibernautas. Las P2P daban a conocer músicas desconocidas y la salida al mercado posterior de discos. Dicho de otro modo, las P2P servían de escaparate musical. Así, la secuencia de la fragmentación comienza históricamente con el fonógrafo y

¹⁰ La palabra disc-jockey o DJ es un juego de palabras ideado por Walter Winchell en la década de 1930 que viene a decir algo así como persona que juega con los discos. Literalmente significa cabalgador de discos o jinete de discos, juego de palabras muy al uso de Walter Winchell. Hay que señalar que las emisoras de radio de los años treinta emitían sobre todo música en directo.

termina con el streaming, pasando por la radio, las listas Billboard americanas, los popurrís caseros en cinta, y ya en la era digital, el desbroce de las redes de pares, las tostadoras de discos compactos, los MP3 portátiles y los teléfonos móviles.

Documenta el periodista estadounidense Stephen Witt que escuchar un álbum entero dejó de ser norma en la era del MP3 a finales del siglo XX. Dice Witt, refiriéndose al primer lustro del nuevo milenio: «tumbarte en el suelo para escuchar un disco entero con los auriculares no molaba; correr por el parque con el dedo en la ruedecilla de tu iPod, sí. [...] Nadie escuchaba un álbum de rap entero, ni siquiera los propios artistas. El género en el cual Universal había hipotecado su futuro no era el más idóneo si lo que querías era vender un álbum utilizando el tirón de un solo éxito»¹¹.

Hoy en día, veinte segundos bastan para definir nuestros gustos musicales. Spotify, por ejemplo, utiliza un algoritmo muy sencillo que reconoce nuestras preferencias. Si al realizar una búsqueda escuchamos durante más de veinte segundos una pista, los algoritmos estiman que esa música puede ser susceptible de conformar nuestros gustos musicales; si paramos o realizamos una nueva búsqueda antes de esos veinte segundos, automáticamente el diseño estratégico del algoritmo descarta de nuestras preferencias esa y otras músicas relacionadas, y muy probablemente no muestre en el futuro músicas con esas características, excepto cuando el interés comercial de dicha canción sea lo suficientemente poderosa. Esas relaciones obedecen a ciertos rasgos comunes que las empresas utilizan, no solo para conocer nuestros gustos musicales sino de consumo en general. En el caso de Spotify, sólo computa como canción escuchada a partir de los treinta segundos reproducidos. Los artistas recaudan 0,005 dólares por cada una de esas escuchas. Además, existen una serie de motores de búsqueda y programas que reproducen constantemente una misma pista con el objeto de que una o varias canciones determinadas generen mayores regalías. Sin embargo, Spotify ha desarrollado un algoritmo que reconoce este tipo de reproducciones repetitivas automatizadas y las bloquea.

De la utilización mecanizada de los algoritmos empleados por las plataformas de streaming se desprenden dos cosas. Por un lado, una pregunta, ¿realmente bastan veinte segundos para conocer los gustos musicales de un oyente contemporáneo? Y por otro, certificar que la vigilancia líquida en la red es un hecho. La recogida y manejo de datos tiene un único fin comercial con el objeto de bombardear nuestras pantallas con publicidad estrechamente personalizada en base a los diferentes perfiles sociales y de consumo. Otra manera de las plataformas como Spotify para “ojear” nuestra identidad cultural se la procuramos nosotros mismos como

¹¹ WITT, *Cómo dejamos...*, p. 218.

consumidores. Tienen la opción de subir la música de nuestro ordenador para poder escucharlas en el móvil, la Tablet, otro ordenador, etc. La aparente generosidad de Spotify solo esconde un análisis profundo de nuestras preferencias musicales. El sociólogo Bauman explica estos sistemas como cesiones gratuitas de nuestra intimidad que posibilitan a la industria en general el conocimiento de nuestros intereses con objetivos comerciales. Según Bauman, vendemos nuestra privacidad a través de unos teléfonos móviles convertidos en confesionarios electrónicos portátiles.

Siguiendo el argumento de Bauman cuando analiza el modo de disponer de nuestro tiempo en la sociedad de consumo, podríamos decir que el tipo de escucha posmoderna se aproxima a un puntillismo auditivo. El tiempo puntillista es todo lo contrario a un uso del tiempo cíclico o vertical, es la suma de la sucesión de pequeños tiempos. Para Bauman:

Según lo viven sus miembros, el tiempo en la moderna sociedad líquida de consumidores no es cíclico ni lineal. [...] es tiempo puntillista, [...] tiempo puntuado, un tiempo que está más marcado por la profusión de rupturas y discontinuidades, por los intervalos que separan los sucesivos bloques y establecen los vínculos entre ellos, que por el contenido específico de los bloques en sí [...]¹².

La atomización forma parte de nuestras vidas, afecta a nuestra realidad y a la visión que tenemos de ella. Breves artículos de prensa que no deben exceder los tres minutos, programas de radio y televisión cortos, *tweets*, *messengers* y *whatsapp*, noticias, series, programas¹³. Pocas noticias, comunicaciones, diálogos y conversaciones se llevan a cabo hoy con la profundidad y el tiempo que realmente requiere el análisis profundo de un hecho.

Todo ello configura modelos que animan a la construcción de procesos identitarios discontinuos cercanos a los postulados de la hipermodernidad lipovetskyana. El consumidor actual, el que surge en la fase que Lipovetsky llama de consumo experiencial y al que reconoce como «turboconsumidor», es descrito como consumidor «flexible y nómada, volátil y transfronterizo, ecléctico y fragmentado, zapeador e infiel»¹⁴. Epítetos, todos ellos, que perfectamente pueden ser aplicados a la escucha de música en la actualidad.

Ese trato puntillista del tiempo, ese zapear cultural, ese no profundizar en el discurso, es lo que aquí denominamos atomización. Una atomización que trasladamos al hecho de escuchar.

¹² BAUMAN, *Vida de consumo...*, pp. 51-52.

¹³ Para indagar sobre los tipos de escritura en las redes sociales y la miniaturización y fragmentación de los mensajes, véase NIEN, EVELYN y MING CH' IEN: "Mobile semiotics" en GOPINATH, *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 1..., pp. 171-200.

¹⁴ LIPOVETSKY, *La felicidad paradójica...*, pp. 109-110.

Por lo que dicen los investigadores, el tiempo puntillista afecta más a los jóvenes. La escucha de canciones sueltas está asociada a la escucha juvenil portátil fuera del hogar, y la escucha de álbumes enteros a generaciones de adultos que vivieron las épocas del LP y el CD y que prefieren la escucha en el hogar¹⁵. Refiriéndose al aumento en la venta de sencillos (singles), Héctor Fouce advertía en un estudio del 2009 que el CD ya no es el vehículo más adecuado para la música y que la canción gana protagonismo. Así, fragmentar el álbum supuso el paso a un modelo de escucha discontinua y fragmentada.

Ulrich Beck considera que la era posmoderna forma parte de la ideología neoliberal que «pone en práctica la atomización con toda su voluntad política»¹⁶. La individualización institucional y el abandono del individuo a su propia suerte tiene una terrible consecuencia en el deseo extremo de un proyecto de vida individual perteneciente a un estado entrópico y alienado. La consecuencia palmaria de ello es la propia fragmentación social, el mantenimiento oculto de la estructura de clases, la infravaloración de las estructuras comunitarias e incluso de la familia. La atomización cultural y la hiperpersonalización de las recomendaciones enfocadas al consumo de contenidos tienen relación directa con la cimentación de una ideología neoliberal del *laissez faire, laissez passer*.

La atomización de nuestra atención, el salto constante y abrupto de un contenido a otro, el zapeo (discursivo, emocional), el puntillismo, también encuentran un centro de operaciones en esa aceleración de los ritmos de vida a la que se refería Hartmut Rosa como parte de un proceso generalizado cuya única pretensión es intentar «aumentar la productividad del tiempo para poder sacarle más valor»¹⁷. Pero ¿quién o quiénes son los que sacan más valor?

El francés Bruno Patino, periodista y colaborador de la revista Rolling Stones, sostiene que: «Una vez reducido el espacio, hay que ampliar el tiempo, comprimiéndolo, para crear un momento instantáneo e infinito. La aceleración ha sustituido el hábito por la atención y la satisfacción por la adición. Y los algoritmos son las herramientas de producción de esta economía»¹⁸. No se trata, pues, de una cuestión que pertenezca al determinismo tecnológico sino a la obediencia de un proyecto económico que ha mutado desde el capitalismo hacia lo que Patino llama «la economía de la atención». Un aumento de nuestra atención dirigida que tiene como objetivo único el control de nuestras actividades en las redes de comunicación y el ocio digital. Una idea

¹⁵ ARILD BERGH, TIA DENORA y MAIA BERGH: “Forever and ever: mobile music in the life of young teens” en *The Oxford Handbook...* Vol.1, p. 330.

¹⁶ BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. (Barcelona, Paidós, 2016, 2002), p. 72.

¹⁷ PATINO, BRUNO: *La civilización de la memoria de pez. Pequeño tratado sobre el mercado de la atención* (Madrid, Alianza Editorial, 2020, [2019]), p. 19.

¹⁸ *Ibíd.*

que aparece de nuevo y que se fundamenta en la estructura basal de un nuevo capitalismo que ha transformado sus métodos operativos. Si los pilares del capitalismo moderno eran el intercambio de objetos y la producción en masa, el nuevo capitalismo está basado en la compra y la venta del acceso. Un acceso a las experiencias que colma y sacia nuestros vacíos. Un acceso a la información y a la velocidad de las transmisiones que deriva en una economía de la atención. Una economía de la atención que está destruyendo constantemente «nuestros puntos de referencia», nuestra capacidad de entender y atender¹⁹.

Quien controle la atención de un público postrado ante una pantalla controlará el mercado digital, comercial y cultural, controlará el capital líquido y posmoderno, y lo que es peor, controlará los deseos, apetencias y hasta las conductas, hábitos y maneras de pensar. Muchos de aquellos libertarios iniciáticos de la era digital en los ochenta, que convirtieron la proclamación de la libertad y la democracia del acceso en su utopía (Tim Berners-Lee, padre de Internet; Sean Parker y Chamath Palihapitiya, exdirectivos de Facebook; Justin Rosentetein, creador del botón “me gusta” de Facebook; Tristan Harris, diseñador y responsable de ética de Google; y muchos otros), están intentando reconvertir el dominio tecnocapitalista al que hemos llegado. La misma descentralización con la que comenzó operando Internet y con la que todos ellos estuvieron de acuerdo, es la que hoy mismo combaten. Una descentralización que supuestamente democratizaría el acceso al conocimiento y se autorregularía sola. Ideas estas que concuerdan con la teoría del liberalismo económico de Adam Smith.

Viajemos por un momento a la era analógica. La radio transistor dio movilidad a la música en un fuerte contexto de crecimiento de los medios de masas, aunque todos escucharan la misma música y al mismo tiempo. Experimentar lo mismo y al mismo tiempo suele tener un efecto en la consolidación de un imaginario colectivo, con sus luces y sus sombras. La escucha colectiva formaba parte de la cultura popular y estimulaba la adopción de ciertos hábitos sociales y conductuales. En la actualidad, cada cual escucha lo que quiere y cuando quiere, el hábito compartimental ha dejado paso «a tribus autárquicas, y la música no se libera de la fragmentación irrevocable de los mundos»²⁰.

Los algoritmos son capaces de ofrecer a sus usuarios una música altamente previsible, escalofriantemente personalizada para una escucha individual y atomizada. En base al historial de escucha, las recomendaciones, tanto de amigos como de los propios algoritmos, así como los datos obtenidos por el comportamiento en el ciberespacio, todo ello, ha cambiado y sigue cambiando nuestra memoria auditiva. Algunas investigaciones observan que la memoria de la

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*, p. 96.

civilización posmoderna tiende a ser la de un pez, nueve segundos. El capitalismo del mercado de la atención está convirtiendo a los individuos en seres hiperconsumidores de contenidos. Así es como todo esto está afectando a la música. La elección o el deseo sobre unos u otros contenidos se toma durante los diez primeros segundos de emisión²¹. Como indicaba McLuhan: «Todas las situaciones culturales están compuestas por un área de atención (figura) y un área mucho mayor de desatención (fondo)»²². El problema en el que se centraba McLuhan es que: «El fondo de cualquier tecnología es tanto la situación que le da origen como todo el medio de servicios y perjuicios que la tecnología trae con ella»²³.

Se trata de una conducta de la impaciencia perpetua que obliga a las plataformas y a los productores a tomar decisiones importantes. Este «capitalismo de la atención» de Bruno Patino (2019), o la «economía de la atención» como lo llamaba Anahid Kassabian (2013), no sólo es un nuevo medio para el beneficio económico de las empresas de suministro de cultura, sino que es el que emplean estas plataformas para pagar las correspondientes regalías a los compositores y a los artistas, una vez que los oyentes han superado un minúsculo tiempo de escucha²⁴. Una preocupante consecuencia de ello es que algunos compositores de música popular tienen esto en cuenta, creando canciones que intentan mantener la atención del oyente al menos durante los primeros diez o veinte segundos de escucha sin importar mucho lo que venga después²⁵. Para más inri, la mayoría de las plataformas de *streaming* pagan a los artistas por el total de escuchas. Las pistas que duran dos minutos reciben las mismas regalías que las que duran veinte. Esto está provocando que la duración de las pistas sea cada vez más corta, perjudicando a aquellos géneros, artistas y productoras cuyas pistas son de mayor duración. El último movimiento de la Novena de Beethoven viene a durar unos veinte minutos, y la sinfonía completa más de la hora de duración; muchos *standards* de jazz rondan los diez minutos y varios temas de Pink Floyd los quince o veinte minutos. Una de las rarísimas excepciones a estas prácticas lo suponía Primephonic, una plataforma dedicada exclusivamente a la música clásica que pagaba por la duración de cada pista y no por la pista en sí, aunque también es cierto que el proceso de pago era más costoso y complejo de gestionar²⁶.

²¹ *Ibid.*, p. 16, 89.

²² MCLUHAN, MARSHALL y B. R. POWERS: *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI. La globalización del entorno* (Barcelona, Gedisa, 2015, [1989]), p. 28.

²³ *Ibid.*, p. 29.

²⁴ Deezer y Spotify son dos ejemplos de ello.

²⁵ PATINO, BRUNO: *La civilización de la memoria de pez...*, pp. 89-90.

²⁶ Véase RODRÍGUEZ, PABLO: “Primephonic, reinventando la clásica en la era del acceso”, *Scherzo*, abril, 2020. <https://scherzo.es/blog/primephonic-reinventando-la-clasica-en-la-era-del-acceso/> [28/06/2022]. Cuando fue escrita esta parte de la tesis aún estaba operativa Primephonic. En una revisión posterior nos percatamos de que esta empresa de streaming de música clásica fue adquirida por Apple en el verano del año 2021; véase <https://www.apple.com/es/newsroom/2021/08/apple-acquires-classical-music-streaming-service-primephonic/> [28/06/2022].

Todo cuanto tiene que ver con lo digital tiende a la fragmentación y la atomización: la creación, el consumo, la publicidad, la obsolescencia. «Nuestra vida cultural e intelectual es ahora estroboscópica», advierte de nuevo Patino²⁷. El estado de hiperexcitación de nuestros sentidos y el bombardeo constante de estímulos aparentemente inocuos llega a todas nuestras actividades. Cada una de las empresas de la industria cultural luchan por nuestra atención explotando todos los recursos psicológicos disponibles a su alcance. Conocen todas nuestras debilidades, pero también son capaces de inventarse otras nuevas.

De todos estos peligros ya nos advertía en 1985 el sociólogo y crítico de la cultura Neil Postman. El estadounidense, discípulo de Marshall McLuhan, afirmaba en su libro *Amusing ourselves to death*, que se había alcanzado una masa crítica en la que «el medio electrónico» había cambiado decisiva e irreversiblemente el carácter simbólico del entorno como consecuencia de los cambios en los entornos naturales. El paso de la tipografía al telégrafo y la fotografía a mediados del siglo XIX supuso una fragmentación, una discontinuidad y descontextualización de la información, convertida en puro entretenimiento lúdico y sensacionalista, que pronto sería adoptada por la prensa y más tarde por el cinematógrafo y la radio, cuyo culmen sería la televisión en la década de 1950.

Para explicar esto, se servía Postman de una ilustrativa metáfora: un río que ha sido contaminado lentamente pero que de golpe deviene en tóxico, mueren todos los peces y en el que es imposible nadar, el río sigue siendo navegable pues en apariencia presenta el mismo aspecto. Aún cuando ha sido privado de cualquier tipo de vida, el río no desaparece ni tampoco algunos de sus funciones. Pero su valor ha disminuido seriamente y su condición degradada tendrá efectos catastróficos. Como consecuencia de la devaluación funcional, el valor simbólico también queda preocupantemente degradado. En la cultura digital y en la sociedad de la información, en la cultura visual y de las pantallas, las ideas, las epistemologías, están determinadas por la atomización, la fragmentación, la velocidad, el valor del acceso, todo ello queda por encima de cualquier otro valor simbólico.

Las culturas adoptan con suma rapidez los medios empleados para comunicarse, lo que conduce a importantes cambios en la estructura social y la ontológica. La historia nos demuestra que el símbolo de la cultura decae con el aumento del medio electrónico²⁸. Es normal que Postman viese en la televisión el culmen de la fragmentación de la cultura, pues recordemos que escribe en 1985. Pero sin miedo a equivocarnos podemos afirmar que la presente era de internet

²⁷ *Ibid.*, p. 91.

²⁸ POSTMAN, NEIL: “Los medios como epistemología” en POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985]), pp. 17-28.

y de la continua conectividad a las redes sociales, la información y la comunicación son, hasta el momento, el cenit de esta fragmentación y descontextualización de los contenidos.

La manera de analizar nuestros gustos musicales mediante un formato excesivamente breve de tiempo tiene que ver también con la aceleración de los ritmos de vida, vinculados a su vez con el consumo, los transportes, internet, pero además con una atomización en el manejo del espacio y el tiempo de las sociedades posmodernas²⁹. ¿Dónde queda aquella escucha atenta de un álbum íntegro de música que atraía nuestra exclusiva atención durante aproximadamente una hora o más ininterrumpidamente?

En su libro *The new analog. Cómo escuchar y reconectarnos en el mundo digital*, el profesor de la Universidad de Harvard, Damon Krukowski, constata que: «Ahora tenemos menos tiempo para escuchar música que cuando escuchábamos discos o vinilos. La música digital ha generado un déficit temporal»³⁰. Las razones para no escuchar un álbum entero son varias: falta de tiempo, tiempo de vida atomizado, picoteo en la cultura multimedia. El profesor adjunto de la Universidad de Bristol y especialista en la industria de la música Lee Marshall, acusa a la sobreabundancia como principal motivo:

La sobreabundancia de grabaciones, la velocidad con la que están disponibles, la forma en que se están dissociando de sus orígenes sociales, todo ello contribuye a una situación en la que la música se está volviendo más fragmentada, más difícil de entender de una manera coherente y — tal vez— más mundana.³¹.

La sobreabundancia de música, la velocidad con la que está disponible, cómo se separa de sus orígenes sociales, contribuye a la fragmentación de la música, pero también al de la escucha. Nicholas Cook considera que la industria era conocedora de que una gran cantidad de compradores sólo deseaba escuchar unas pocas canciones de un mismo álbum, pero un público que estaba dispuesto a pagar por el disco completo: «Esto creó una gran consternación entre las compañías discográficas, ya que quedó claro que los beneficios de la industria habían

²⁹ Para una explicación detallada sobre la constricción del espacio y el tiempo como consecuencia del uso de Internet y todas las posibilidades que ofrece, véase John B. Thompson (2016, [1998]); otra visión diáfana sobre el uso del tiempo en las sociedades “hipermodernas” y su comparación con las “sociedades tradicionales” lo ofrece Gilles Lipovetsky en *Los tiempos modernos* (2014, [2004]) a lo largo de todo el libro pero especialmente el capítulo “Tiempo acelerado y tiempo recuperado” (p. 81-84).

³⁰ KRUKOWSKI, DAMON: *The new analog. Cómo escuchar y reconectarnos en el mundo digital* (Barcelona, Alpha Decay, 2017), p. 102.

³¹ MARSHALL, LEE: “Whatever happened to tape-trading?” en N. Cook, *The Cambridge Companion...*, pp. 29-32. “La sobreabundancia de grabaciones, la velocidad con la que están disponibles, la forma en que se están alejando de sus orígenes sociales, todo contribuye a una situación en la que la música se está volviendo más fragmentada, más difícil de entender de forma coherente y - tal vez - más prosaica.” [Traducción propia].

dependido de la venta de álbumes a los consumidores, que consistían principalmente en temas que no querían»³². Todo cambió cuando surgen las redes de pares debido a que los oyentes se podían dedicar a buscar y descargar exclusivamente aquellas canciones que más les gustaban. Una atomización que sería convertida en estrategia comercial por Steve Jobs y su tienda iTunes Store de Apple al vender cada pista de audio a 0.99 dólares.

Como venimos haciendo, al trasladar el concepto de atomización a la perspectiva social, vemos que la disminución en el tiempo de atención del público en los nuevos medios de comunicación es un hecho verificable. Las editoriales de los periódicos ofrecen bloques de noticias que no superan los dos o tres minutos de lectura; las series televisivas tienen una duración de una media hora; los anuncios buscan el mayor impacto en el menor tiempo posible puesto que cada segundo de emisión cuesta dinero; los *WhatsApp* y correos electrónicos son mensajes casi telegráficos, igual que los de nuestras redes sociales. El caso de Twitter es paradigmático. Los mensajes son como átomos dispersos y descontextualizados. Cada *twitt* cuenta una breve historia distinta a la anterior. Intereses, quejas y fragmentos de nuestras vidas limitados a doscientos ochenta caracteres.

Al observar el impacto del trabajo y los procesos de industrialización decía Adorno que: «La atomización avanza no sólo entre los hombres, sino dentro de cada individuo, entre las esferas de su vida [...] no se permite que ninguna chispa de reflexión caiga en el tiempo libre, ya que de lo contrario podría saltar al mundo del trabajo y prenderle fuego»³³. Puede que esta idea de Adorno sea demasiado exagerada, pero las nuevas tecnologías de escucha individual, como hemos visto en el caso del auricular, han recaído en un mayor autocontrol sobre la fragmentación de nuestras formas de vida y nuestros ritmos vitales. Otro ejemplo es el periodismo, que ya no desarrolla los temas con amplitud, sino que puntúa las noticias en píldoras informativas. Nuestras vidas en sí mismas son atomizadas, nuestro tiempo de atención ha disminuido y el ocio cultural se ha fragmentado y diversificado.

El compact disc fue el primer soporte de la historia que permitía una escucha continuada por más de una hora sin tener que dar la vuelta al disco o la cinta. El resto de los reproductores, a excepción de la radio, limitaba la escucha a las características temporales del soporte. Entonces ¿por qué es en la era digital cuando más se atomiza y fragmenta la escucha si es cuando podríamos disponer de un perfecto *continuum* aural? Si todos los sistemas analógicos han tenido serios

³² COOK, *Beyond...*, p. 348. «Esto creó una gran consternación entre las compañías discográficas, ya que quedó claro que los beneficios de la industria dependían de la venta a los consumidores de álbumes que consistían principalmente en canciones que no deseaban». [Traducción propia]

³³ Citado en BULL, *Sounding...*, p. 64.

problemas para ofrecer un discurso musical de escucha continuo, ¿por qué fue la digitalización la que desfragmentó por completo la escucha?

De la misma manera que Cook, George Yúdice advierte que «Las nuevas tecnologías digitales liberan al aficionado de la obligación de comprar un álbum completo, les gusten o no todas las canciones»³⁴. Y aunque las quejas eran manifiestas y constantes por tener que comprar un álbum entero cuando sólo se quería escuchar una o dos canciones, el concepto de álbum como lo entiende Yúdice tiene una historia analógica, exactamente cuando aparece el disco de larga duración a finales de la década de 1940. Antes del LP, los SPs (*single play*), los discos de 7 pulgadas (tanto los de 33 rpm como los de 45 rpm), los EPs (*extended play*) en acetatos de 78 rpm y los magnetófonos de carrete abierto, eran de corta o media duración, y de ningún modo llegaban a la media hora por cara. Los *singles* publicados en discos de siete pulgadas estaban destinados normalmente a suplir las necesidades de la radio comercial. La canción debía ser breve para poder emitir cuantas más canciones posibles en una hora de emisión con anuncios intercalados. El disco de doce pulgadas vino a representar un cambio de filosofía y de contenido. Ya no estaría destinado a la radio sino a los DJ's, quienes reclamaban a la industria sus propias preferencias³⁵. Desde que el vinilo aparece en 1948, los pequeños formatos, sin llegar a ser sustituidos del todo, sí que se verán desplazados en pocos años. Su principal mercado ya no serán las radios ni siquiera los DJ's, sino el grueso de consumidores. Es aquí cuando nace realmente el concepto de álbum que tendrá solución de continuidad con el CD y otros soportes de las décadas de 1980 y 1990. Por eso, y sin quitarle parte de razón, hay una cosa que Yúdice no advierte, y es que la industria de la música ha adaptado recientemente su mercado hacia el *single*. No hay más que observar que hoy se graban, venden y escuchan muchas más canciones sueltas que álbumes completos.

La gran diferencia con respecto al vinilo en cuanto al tiempo de duración estribaba en que el CD permitía más de una hora de escucha ininterrumpida al no tener que darle la vuelta al disco. Tampoco podemos olvidar que las caras A de los vinilos contenían los mejores temas que los de la cara B, y que la cara A solía ser más escuchada. Al tener que dar la vuelta al disco se producía una interrupción que incomodaba al oyente, sobre todo al oyente de música clásica. El mismo Norio Ohga, presidente de Sony desde 1982, defendería frente a Philips en sendas reuniones que tuvieron de agosto de 1979 a junio de 1980 en Tokio y Eindhoven, que el estándar adoptado para la duración del CD debía permitir escuchar la *Novena* de Beethoven de un tirón,

³⁴ YÚDICE, *Nuevas tecnologías...*, p. 69.

³⁵ Vid. MCLEOD, KEMBREW y PETER DICOLA: *Criminales del copyright. Ley y cultura del samplig en la música digital*, (Asturies: Hoja de Lata, 2014), pp. 87-88.

así como conciertos y óperas enteras; o al menos poder interrumpir la escucha justo al final de un acto³⁶.

Como estamos viendo, las prácticas aurales de música clásica y de música popular, llevan caminos distintos. En la música clásica, hasta que no apareció el CD, eran muchos los que se quejaban de una escucha fragmentada impuesta por las limitaciones del soporte.

Héctor Fauce señala que «el consumo de los más jóvenes es más atomizado» con la escucha de canciones sueltas ligadas a la música que está de moda. También fueron los más jóvenes los que se unieron pronto a Internet y la transmisión de archivos sueltos por la red. Por el contrario, los adultos utilizaron las redes P2P precisamente «para poder manejar en formato digital discos que ya tenían» y para ampliar sus conocimientos del repertorio³⁷. Como veremos más adelante en el apartado denominado *La escucha democratizada*, en general, los jóvenes (a excepción de muchos universitarios) no usaron las redes de pares para explorar nuevas músicas o conocer nuevos grupos. Por tanto, el álbum entendido como un todo tuvo una existencia de unos 45 años que va desde el nacimiento del LP en 1948 hasta el MP3 y las redes de intercambio a finales del siglo XX. El hecho de que los archivos de un CD sean fácilmente manejables como elementos sueltos, junto a la compresión del audio, las redes P2P e internet, favoreció una vuelta al entusiasmo por el *single*.

Otro aspecto necesariamente destacable es que la gran mayoría de las plataformas *streaming*, a excepción de Naxos Music Library, fueron diseñadas y adaptadas a la escucha de música popular. Como la prioridad de estas plataformas fue esta música, generó una atomización preocupante de grabaciones de música clásica. «Une plage=une oeuvre», decía D'Emmanuel Dupuy en mayo del 2019 para la revista francesa *Diapason*³⁸. Un principio estructural que malamente puede ser aplicado a la música clásica, como, por ejemplo, a una sinfonía de Mahler o una ópera de Wagner. Para más inri, la escucha de repertorio clásico en plataformas como Spotify, Deezer o AppleMusic, se oferta a través de listas de reproducción cuyo principal objeto es la ambientación musical, que es lo mismo que decir, escucha desatendida. En el modo de reproducción denominado “música clásica” encontramos etiquetas del tipo “Classical Essentials”, “Easy Classical”, “Classical New Releases” y “Chilled Classical”: etiquetas que convierten a la música clásica en una función principalmente de relax. Música clásica tranquila y relajante para

³⁶ NATHAN, JOHN: *Sony*, (USA: Mariner Books, 1999), p. 140; «Ohga was adamantly opposed on grounds out, a single disc could not accommodate all of Beethoven's Ninth Symphony and would require interrupting many of the major operas before the end of the First Act. But seventy-five minutes would accommodate most important pieces of music, at least to a place where it made musical sense to cut them».

³⁷ Vid. FOUCE RODRÍGUEZ, HÉCTOR: “Prácticas emergentes y nuevas tecnologías: el caso de la música digital en España”, en *Observatorio cultura y comunicación (Fundación alternativas)*, N.º. 02, 2009, p. 58

³⁸ Vid. D'EMMANUEL DUPUY: “Léditorial”, en *Diapason*, n.º. 679, mayo 2019.

bebés (Nocturno N° 2 de Chopin, el Preludio de la primera suite de Bach o el Claro de Luna de Debussy, etc.), para el trabajo de oficina, muzak en la consulta del dentista, para la siesta, etc.

El oyente de música clásica no suele fragmentar sus grabaciones, pero sí tuvieron que sufrir la descomposición llevada a cabo por la industria discográfica primero, luego la radio y las plataformas de streaming después. Como ya dijimos, se publicaron compilaciones con títulos que agrupaban Adagios, Romanzas, Andantes, Oberturas de ópera, etc. Mezclas de distintos compositores y que obedecían a esta diseminación de la obra en fragmentos más o menos conocidos de menor tamaño. Cuando las redes de pares transformaron el panorama de la música, la industria discográfica tomó buena nota de las prácticas llevadas por los usuarios en estas plataformas. Unas prácticas que sustraían dos o tres temas de un mismo álbum para subirlos a Internet y que obligaba a la industria a replantearse nuevas formas de producción y distribución al margen del disco.

En general todos los *mass media* sufrieron la fragmentación y miniaturización de los contenidos³⁹. La manera de escuchar música cambió desde la aparición de la cultura de masas (*mass media* o comunicación mediática)⁴⁰. La cultura de masas transformó a nivel global determinadas actitudes y comportamientos, gustos y modas. Umberto Eco afirmaba en 1968 que: «El problema sociológico nace cuando, con la invención del disco y del gramófono, con la producción industrial de estos instrumentos y con la creciente asequibilidad económica del producto, el consumo de música reproducida se convierte en asunto de masas»⁴¹. De esta manera está Eco convirtiendo el ocio mediático de masas en un problema sociológico. Pero culpar exclusivamente a la tecnología de la fragmentación de la escucha sería un grave error. Podemos recurrir a la propia sociología para enmarcar algunas conductas en perspectiva. Por ejemplo, recordemos que Zygmunt Bauman argumentaba que la moderna sociedad líquida vive un «tiempo puntillista, marcado por la profusión de rupturas y discontinuidades». No interesa tanto el bloque en sí como los intervalos en los que puede dividirse y del que está constituido:

³⁹ Por *mass media* debemos entender cualquier medio de comunicación de masas. Para un análisis sobre los aspectos positivos y los negativos así como de los partidarios y detractores sobre los *mass media* véase ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, PenguinRandom House Grupo Editorial, 2016, [1968], p. 66 y ss. También puede consultarse HOWARD, Philip N. y Steve Jones (ed): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005); aquí incluso aparece un término poco usado para referirse a las nuevas tecnologías de la era digital, los *new media*.

⁴⁰ Véase MORAES, DENIS DE, IGNACIO RAMONET y PASCUAL SERRANO: *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información* (Buenos Aires, Ed. Biblos, 2013); ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, PenguinRandom House Grupo Editorial, 2016, [1968]; THOMPSON, JOHN B.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona, Paidós, 2016, [1997]); CASTELLS, MANUEL (ed.): *La sociedad red: una visión global* (Madrid, Alianza, 2017, [2004])

⁴¹ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Grupo Editorial, 2016, [1968]), p. 338.

El tiempo puntillista está roto, o más bien pulverizado, en una multitud de “instantes eternos” —eventos, incidentes, accidentes, aventuras, episodios— mónadas cerradas sobre sí mismas, bocados diferentes, y cada bocado reducido a un punto que se acerca cada vez más a su ideal geométrico de no dimensionalidad⁴².

La creciente velocidad, la multitarea, el consumismo y el flujo en todos los ámbitos de la información y la comunicación conniven para la creación de espacios fragmentados que tienen su reflejo a medio plazo en determinadas actitudes en los individuos. En cuanto a la música, estamos tan acostumbrados a ella, es tan ubicua, suena en tantos lugares —dice Kassabian—, que nos olvidamos realmente de que estamos escuchando⁴³. En este mismo sentido, el escritor y conferenciante especialista en educación Marc Prensky, considera que los nativos digitales «están acostumbrados a recibir información rápidamente, les gustan los procesos en paralelo y la multitarea, prefieren los gráficos antes que el texto, prefieren el acceso aleatorio del tipo hipertexto»⁴⁴. Sin ir más lejos, Spotify dispone de un potente algoritmo que analiza el tiempo que cada usuario destina a la escucha. El resultado es que el 60% de las canciones buscadas en Spotify, no pasan de los veinte segundos de reproducción. Que es lo mismo que decir que casi dos terceras partes de las búsquedas representan un tiempo perdido. Resulta que hay tanta música donde indagar que se pierde más tiempo buscando lo que se desea escuchar que escuchando en sí mismo. Hay tanta música y en tantas partes que ya no le prestamos atención.

«Una consecuencia de la ubicuidad de la música es que dejamos de escuchar», dice James H. Johnson, profesor de historia cultural⁴⁵. Johnson sostiene que son tres los elementos que han provocado un cambio en los modos de escucha de música en el siglo XX: 1. La industrialización, que transformó los paisajes sonoros europeos y americanos con la incorporación del ruido; 2. La ubicuidad de la música, consecuencia de los desarrollos tecnológicos que hicieron de la música algo omnipresente pero que paradójicamente ha provocado que dejemos de escucharla

⁴² BAUMAN, *Vida de consumo...*, pp. 51-52.

⁴³ KASSABIAN, *Ubiquitous listening...*, p. 8.

⁴⁴ Citado en FOUCE, HÉCTOR: “De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, N.º. 34, Vol. XVII, 2010, pp. 65-72. Fouce a su vez toma como referencia el texto de PRENSKY, MARC: “Digital natives, digital immigrants”, en *On the Horizon*, MCB University Press, Vol 9, N.º. 5, Octubre, 2001 en que subraya que los nativos digitales se diferencian de los inmigrantes digitales en que: quieren recibir la información de forma ágil e inmediata; se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos; prefieren los gráficos a los textos; se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos); funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red; tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas; prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional. Además, señala Prensky, los inmigrantes digitales no parecen valorar suficientemente las habilidades que los nativos han adquirido y perfeccionado a través de la interacción y la práctica.

⁴⁵ JOHNSON, JAMES H: “On Writing the history of experience” en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 433. [*A consequence of music's ubiquity is that we stop listening*].

y; 3. El rechazo sistemático al siglo XIX por parte de intérpretes, compositores e intelectuales, como ocurre por ejemplo con el caso de Glenn Gould o John Cage. Podemos estar de acuerdo en las dos primeras propuestas de Johnson, y de hecho lo estamos, pues son dos factores esgrimidos en esta tesis, pero no podemos estar de acuerdo en la tercera; no hay más que observar la consolidación del repertorio canónico tanto en las salas de concierto como en las grabaciones y el profundo impacto que el universalismo romántico tiene todavía hoy en día.

Otro suceso que coadyuvó a la absoluta atomización de la escucha de música vino de la mano de un joven estadounidense. Un joven exalumno de la Northwest University de la ciudad de Evanston, estado de Illinois, llamado Shawn Fanning, quien creó en junio de 1999 un programa para compartir archivos entre iguales, el primer P2P de la historia. En cuestión de un año sesenta millones de personas tenían instalado Napster en sus ordenadores y compartían música desde un punto a cualquier otro del planeta. Pronto se convirtió en una máquina de discos digital que puso en jaque a la industria de la música. La gran mayoría de los archivos subidos a Napster consistían en canciones sueltas, desgajadas del álbum. En el libro *Spotify Teardown* publicado por un grupo de investigadores suecos y editado por el Massachusetts Institute of Technology, consideran que la atomización del álbum tiene un punto de inflexión que se inició con Napster. Dicen estos investigadores:

En este sentido, la popularización del intercambio de archivos a través de Napster en el cambio de milenio, suele mencionarse como el momento en el que las canciones individuales se desvincularon del formato de álbumes y se prestaron a ser mezcladas y combinadas según las preferencias de sus oyentes.⁴⁶

Atomizar un disco y subirlo a la plataforma se convirtió en una práctica habitual, convirtiendo la escucha en una sucesión de pistas descontextualizadas que podían amplificarse desde el propio ordenador o llevarse a cualquier parte en los recién aparecidos reproductores portátiles de MP3.⁴⁷ Los audios comprimidos desmembrados del álbum invadieron los discos duros de internautas de todas las edades y clases sociales, aunque sobresalían los jóvenes de clase media. Luego llegaron las descargas legales de iTunes Store y otros servidores. Pagar 0,99 centavos de dólar por una pista de audio se convirtió en una práctica habitual a comienzos del siglo XXI,

⁴⁶ ERIKSON, MARIA, RASMUS FLEISCHER, ANNA JOHANSSON, PELLE SNICKARS y PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019), pp. 116-117.

⁴⁷ El primer reproductor de MP3 portátil fue lanzado al mercado en mayo de 1998, se llamaba MPMan, era de la empresa surcoreana SaeHan, costaba unos seiscientos dólares y sólo entraban cinco canciones.

a la vez que esos mismos compradores se quejaban del excesivo precio de los álbumes. Una actitud que resulta paradójica ya que doce pistas descargadas en iTunes valían lo mismo que un disco.

La música digital en Internet animó a la adquisición de archivos sueltos de los que no necesitaba saber su procedencia. Millones de archivos huérfanos perdían su identidad, incapaces de mostrar quién era el compositor, el arreglista, el ingeniero de grabación, el estudio en el que se gestó, los días y los lugares de grabación, la imagen o el diseño de la portada y contraportada. La música perdía toda su identidad material y en cierto modo simbólica. Apple continuó con esta mecánica. La mayoría de los archivos que circulaban online mostraban, como mucho, el nombre del artista y el título de la pista. Luego, la fragmentación también afectó al aspecto informacional de los discos. Por si esto fuera poco, en algunos casos la información ofrecida no se correspondía con el contenido citado o tan ni siquiera se trataba de música. Una canción buscada bajo el título de *Wind of Changes* podía contener cualquier cosa que no fuera la canción de Scorpions. Desde que las plataformas como Napster fragmentaran el álbum, estas dinámicas han continuado su curso a lo largo de la historia del *streaming* con plataformas que apenas incluyen datos acerca de lo que uno escucha.

Otro de los puntos clave para poder hablar de la fragmentación en la escucha se produce cuando en el año 2001 Apple lanza al mercado su iPod, con capacidad para almacenar cerca de mil canciones de unos tres minutos. En el año 2003, Apple amplió su negocio de la música con la tienda iTunes Music Store, con el objeto de nutrir a unos iPod que no necesariamente se colmarían con música de pago. El iPod fragmentó la escucha por dos motivos principales. Primero porque la capacidad de almacenar hasta mil canciones llevaba al oyente a mapear y husmear constantemente en su biblioteca privada descargada de las redes P2P o compradas; y en segundo lugar, porque el iPod incorporó la función *shuffle*, con lo que la elección del contenido de la escucha quedaba aleatoriamente en manos del reproductor. La función *shuffle* se usó, en ocasiones, cuando el estado de ánimo no estaba claramente definido, pero también como una especie de efecto sorpresa en el oyente⁴⁸. Con todo y ello, no se trata de una completa aleatoriedad como la que ofrecía la radio o los algoritmos, ya que el contenido del iPod lo decidía el propio usuario. Se trata de una aleatoriedad dentro de unas listas de reproducción reconocibles y delimitadas por el oyente. En un artículo del New Yorker, el crítico Alex Ross explicaba:

⁴⁸ ARILD BERGH, TIA DENORA y MAIA BERGH: “Forever and ever: mobile music in the life of young teens” en *The Oxford Handbook of Mobile...Vol.2*, p. 321.

Hay algo emocionante en poner el reproductor en Shuffle y dejar que decida lo que va a sonar a continuación. A veces sus elecciones son un poco delirantes —tuve que vetar un intento de crear un vínculo entre Gyorgy Kurtag y Oasis— pero la pequeña máquina a menudo atraviesa las barreras del estilo de forma que cambia mi forma de escuchar⁴⁹.

Lo mismo se puede decir de las *playlist* de las plataformas *streaming* que sugieren escuchas aleatorias asociadas a temas y sugerencias tan subjetivos como “estado de ánimo”, “concentración” o “para dormir”.

Al hacer desaparecer la información adicional de los archivos de audio, parece que lo más relevante para el oyente estribe exclusivamente en la propia música, como si ésta hubiese alcanzado definitivamente el estado de autonomía tanpreciado en el siglo XIX. Ya no solo se ha atomizado la música que el álbum contenía sino toda la información textual y visual del librito. Resulta francamente difícil, por no decir imposible, encontrar información de cualquier tipo que no sean sencillamente el título, el nombre de las pistas y la carátula⁵⁰. Sí es cierto que las carátulas mostradas por las plataformas de streaming siguen representando un vínculo visual con el soporte físico, pero es el único vínculo que ha mantenido.

Todas las músicas han salido perdiendo con la llegada de los metadatos, los motores de búsqueda y los algoritmos y la inteligencia artificial, pero sobre todo ha sido pernicioso para la música clásica y el jazz. La fragmentación de los álbumes, la desaparición de carátulas identificativas, la eliminación de la información contenida en los tradicionales libretos hace que los aficionados al jazz y la música clásica encuentren serios problemas para la búsqueda de grabaciones concretas⁵¹. Los archivos de MP3 en la era de las redes P2P y más tarde los reproductores

⁴⁹ Citado en COOK, *Beyond...*, p. 348. “Hay algo emocionante en poner al reproductor en modo Shuffle y dejar que decida qué sonará después. A veces sus elecciones son un poco delirantes, tuve que vetar un intento de establecer un vínculo entre Gyorgy Kurtag y Oasis, pero la pequeña máquina a menudo se estrella contra las barreras del estilo, de manera que cambia la forma en que escucho.” [Traducción propia]

⁵⁰ Como el tema de la tesis es de reciente actualidad podemos encontrar a medida que vamos desarrollándola una serie de noticias de interés. En cuanto al tipo de información que ofrecen las plataformas de *streaming*, recientemente han aparecido dos nuevas que utilizan una serie de algoritmos distintos a los de Spotify, Deezer, Apple Music y otras. Se trata de Idagio y Primephonic, dos servicios dedicados exclusivamente a la música clásica con listas de reproducción y motores de búsqueda que aproximan al oyente a las obras completas del repertorio no hacia canciones sueltas como harían el resto de las plataformas, con listas extensas de compositores, solistas, orquestas y directores, cuyos datos, en el caso de Idagio, son manejados por un equipo de musicólogos en Eslovaquia. Aunque se trata de un importante paso para situar al oyente de la clásica al mismo nivel que el oyente de música popular en cuanto a los motores de búsqueda, desgraciadamente todavía sigue sin aparecer la información detallada y completa que encontrábamos en los libretos de los soportes físicos. *Vid.* Sisario, Ben: “In streaming age, classical music gets lost in the metadata” en *New York Times*, 23, junio, 2019; <https://www.nytimes.com/2019/06/23/business/media/stream-classical-music-spotify.html#click=https://t.co/fntceZk47f> [23/07/2019].

⁵¹ TSIOLCAS, ANASTASIA: “Why can’t streaming services get classical music right?” en *NPR.org*, 4, Junio 2015: <https://www.npr.org/sections/therecord/2015/06/04/411963624/why-cant-streaming-services-get-classical-music-right?t=1571167708590> [15/10/2019].

de MP3, el iPod y el *streaming* nos vaciaron de la información que aparecía en las carátulas y carpetillas de los discos físicos⁵². El valor objetual y simbólico que se establecía entre los melómanos y los soportes ha desaparecido por completo con la música online.

Cuando la música se compraba en discos y tiendas físicas raras veces se escuchaba una sola vez. El soporte era relativamente más caro que la música online y una manera de “recuperar” la inversión realizada era a través de varios canales que iban desde la escucha repetitiva, la distribución de copias para conocidos y la escucha grupal⁵³. A diferencia de la compra de soportes, la música digital disponible es absolutamente la misma para todos. Los servicios de música digital están pensados para enviar «señales aisladas a individuos aislados» a bajo coste, algo que no ocurría con el disco físico⁵⁴. Atomizar la música, enviarla a individuos aislados y compartir nuestra identidad musical es uno de los grandes logros de la música digital.

Las tradicionales listas de los discos más vendidos ya no toman como medida las ventas de álbumes. Las asociaciones de empresas discográficas y de la industria de música grabada han tenido que cambiar su método de análisis cuantitativo y ahora se centran en lo más escuchado, lo más visitado en internet, no en lo más vendido. Para nutrirse de información no se acude a los mercados habituales sino a las escuchas de sencillos descargados, el streaming o el visionado en plataformas como YouTube. Una gran mayoría de países tienen ya en cuenta las modernas formas de acceso a la música y las escuchas a través de la recogida de datos de la *big data* que emplean las plataformas. Si antes las listas de éxitos se elaboraban en base a las ventas físicas de los soportes, hoy se perfilan añadiendo a ellas la escucha de música digital *online*. Los *singles*, los vídeos más vistos en YouTube, las canciones más buscadas y oídas en Spotify, Deezer, iTunes, etc., la compra de *singles* o las descargas piratas, son las referencias usadas para elaborar las listas de lo más escuchado⁵⁵. Nótese que recientemente ya no se habla de lo más vendido, sino de lo que más se escucha.

El vínculo tan estrecho que existía entre la radio y las discográficas para la difusión de perlas comerciales en forma de *singles*, se vio obligada a rediseñar nuevos modos de actuación cuando

⁵² Vid. KRUKOWSKI, DAMON: *The new analog. Cómo escuchar y reconectarnos en el mundo digital* (Barcelona, Alpha Decay, 2017), p. 91.

Recientemente, algunas compañías están empezando a incorporar, junto a la descarga, archivos en PDF con información al igual que la que parece en los discos físicos. En algunos casos hasta incorporan un descargable con información musicológica. Vid. JOLLY, JAMES: “A basic guide to downloading”, *Gramophone*, 1, junio, 2019 en <https://www.gramophone.co.uk/features/focus/a-basic-guide-to-downloading> [25/03/2019]; EVERARD, ANDREW: “High-resolution audio: a beginner’s guide”, *Gramophone*, 7, Agosto, 2018, en <https://www.gramophone.co.uk/feature/high-resolution-audio-a-beginners-guide>

⁵³ D. KRUKOWSKI, *The new analog...*, p. 170.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ A diferencia de lo que ocurre con las listas Billboard o las listas que elaboran las industrias alemana, británica, italiana o francesa, el ejemplo español ha tardado en considerar el flujo de música líquida.

llegaron las plataformas de *streaming*. Mientras el usuario pudo adquirir su música sin necesidad de intermediarios, la industria siguió creando canciones de éxito que promocionaba en distintos medios, sobre todo en la radio y la televisión. Ahora la promoción se hace sobre todo a través de anuncios en plataformas de distribución y de acceso a la música *online*, así como a través de cualquier otra página a la que accedamos en internet y el uso de *banners*.

Como la radio no quiso quedarse atrás en la arrolladora avalancha tecnológica, comenzó a integrar receptores de sintonización digital en multitud de aparatos. Desde su instalación en los coches y el transporte público, y más tarde en los Walkmans, discman y los MP3 portátiles, la radio no ha cesado de adaptarse a los nuevos medios de consumo y las nuevas tecnologías. Más tarde se buscaron nuevas redes de conexión a través de la televisión digital vía satélite o de internet.

Algunas de las ventajas que ha traído la llegada de Internet a la radio están relacionadas con la escucha en diferido de programas de radio grabados *ex profeso*. El *podcast* consume la posibilidad de elegir la franja horaria preferida para la escucha de los programas favoritos sin necesidad de estar pegado a la radio en todo momento. El podcast también ha ayudado a liberar a los oyentes de la tiranía del dial. Se trata de una escucha a la carta en la que el oyente selecciona el momento del día y los contenidos. Son múltiples las tecnologías que permiten acceder a estos servicios a la carta siempre y cuando se disponga de la necesaria conexión a internet: Smart TV, teléfono móvil, *tablet*, etc.⁵⁶.

Otra oportunidad novedosa e interesante ha sido la capacidad de interacción del oyente mediante comentarios y opiniones en los *chats* dirigidos a las emisoras. En la era analógica, la relación emisor-oyente era siempre unidireccional, monológica. El emisor enviaba un mensaje y el receptor podía o no escucharlo, pero no había capacidad de respuesta por parte del receptor. Ahora, muchas *webs* dejan un pequeño espacio para que los usuarios puedan hacer comentarios, a modo de buzón de sugerencias que sirven a las emisoras para conocer mejor los gustos de los oyentes.

El control que se tiene sobre las búsquedas en la red, la ubicación geográfica, los gustos, el consumo, etc., pone a disposición de las empresas una información que es utilizada para dirigir contenidos mucho más certeros centrados en los gustos del oyente⁵⁷. Las audiencias ahora consumen segmentos (fragmentos) de programaciones radiofónicas en los *podcast* subidos a

⁵⁶ DURÁN, *Industria de la comunicación...*, p. 123.

⁵⁷ El mismo día que escribía estas líneas, Google era demandada por la Unión Europea por utilizar la información de búsqueda de sus usuarios para favorecer sus propios productos comerciales. Véase por ejemplo https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150415_union_europea_presenta_demanda_contra_google_practicas_monopolio_lv

internet. Ya no tienen por qué oír programas enteros, o pueden repetir y aplazar la escucha para más tarde⁵⁸. En definitiva, el *podcast* ha animado a adoptar una escucha en diferido acorde con las plataformas y el manejo personalizado de los tiempos de acceso, consolidando nuevos modos de escucha fragmentada a la vez que ha fomentado la interactividad con las plataformas.

Otros ejemplos de fragmentación de la escucha los hallamos en los concursos de talentos. En concursos del tipo Operación Triunfo, Got Talent o Clásicos y Reverentes de RTVE los concursantes disponen de alrededor de dos minutos para demostrar sus cualidades en arreglos que comprimen la duración de las obras originales. En Operación Triunfo y Got Talent las canciones originales son arregladas para adaptarse al tiempo establecido por el programa, reduciendo el número de estrofas y estribillos o suprimiendo los puentes y los solos instrumentales. En Clásicos y Reverentes de TVE, una campanilla tintineada por un miembro del jurado interrumpe inesperadamente la interpretación del concursante. Algunas de estas emisiones de música popular son editadas posteriormente para su venta en discos físicos, con lo que tenemos un disco que acumula canciones desgajadas de cualquier narrativa argumental y que a su vez son fracturadas aquí y allá.

Si la información analógica era lineal y continua, el propio sistema digital obedece a procesos discontinuos, no lineales. La desfragmentación es uno de los sellos de identidad de la era digital. El capítulo de un libro digital ya no forma parte del libro que lo contiene de la misma manera que una canción ya no forma parte del álbum. Lo mismo ocurre con el artículo de un periódico o una revista online. La música ha sido desgranada del volumen que la contenía de la misma manera que el artículo o el capítulo lo han sido de la revista o el libro. Así, gran parte de la música que pertenecía a álbumes ha sido descontextualizada⁵⁹. Todo contenido digital se presenta desmenuzado, disperso, desglosado, por lo que el oyente tiende a escuchar perlas musicales desconociendo el contexto amplio para el que fueron ideadas⁶⁰.

Bajo esta perspectiva, y siguiendo la triple revolución que sugiere Pons (2013) en su libro *El desorden digital* en lo que a digitalización de los textos se refiere, proponemos aquí, una analogía enfocada a la música. Los tres cambios revolucionarios que propone Pons tienen que ver con: 1) la técnica utilizada en la producción de “textos”; 2) la revolución en los cambios en los tipos de soportes, y como consecuencia de ello; 3) la revolución en la prácticas y usos de estos soportes textuales. La analogía entre lo que ofrece Pons y lo que hemos expuesto en este capítulo es evidente. De la misma manera que ocurre con la lectura de un texto impreso, el

⁵⁸ Vid. Durán, *Industria de la comunicación...*, pp. 148-149.

⁵⁹ PONS, *El desorden...*, p. 76.

⁶⁰ *Ibíd.*

vinilo *long play* y el casete invitan a una escucha lineal y cerrada, jerarquizada por el proceso de producción en base a determinados criterios. Con la digitalización, tanto el texto como la música rompen la linealidad en favor de un proceso abierto de lectura y escucha, en muchos casos descontrolado, acrítico, flexible e interactivo⁶¹. De esta manera el lector-oyente puede escapar, abandonar y saltar de un texto a otro cuando le plazca. Para los nativos digitales la lectura del texto digital resulta mucho más atractiva que la lectura del soporte físico hasta el punto de que les resulta muy difícil mantener un grado de concentración sobre el papel.

La cultura impresa en soporte físico construyó unas prácticas que lo digital ha truncado en pocos años hasta el punto de que se podría hablar de un cambio epistemológico o de la necesidad de una nueva ontología del texto digital. En sus diferentes soportes, el texto siempre fue un objeto físico, no virtual. En palabras de Neil Postman: «Cuando una cultura se desplaza de su condición oral a escrita, de impresa a televisiva, sus ideas sobre la verdad se desplazan con ella»⁶². Dicho de otra manera, cuando una cultura cambia sus medios de comunicación calibra con ellos su enfoque y sus métodos epistemológicos: «toda epistemología es la epistemología de una etapa de desarrollo de los medios», añade Postman⁶³. McLuhan consideraba que las tecnologías relacionadas con el video estaban desplazando la atención al fondo, no a la figura. Es decir, que el fuerte aspecto visual desplaza la atención a un segundo plano. El peligro que se corre con ello es que, los pocos valores que pudieran quedar de la era mecánica podrían ser «tragados por una sobrecarga de información» que desvíe la atención de los elementos principales de la información y los contenidos⁶⁴. La deriva que han adoptado los medios de comunicación y su imposición sobre lo que deben ser los buenos y los malos fondos culturales sólo es posible llevarlo a cabo cuando los usuarios están completamente adaptados, —«dormidos» los llama McLuhan—, en un proceso de expansión tecnológica que conduce al exceso.

Es por ello por lo que en la posmodernidad el dicho «ver para creer» ha adquirido mucho más peso que en las antiguas culturas orales y textuales precedentes, incluso en lo que se refiere al plano de la expresión sentimental. Un nuevo medio que resulte importante en la cultura «cambia la estructura del discurso»; y lo hace además «alentando algunas funciones del intelecto al favorecer ciertas definiciones de la inteligencia y la sabiduría y demandando un tipo

⁶¹ *Ibid.*, p. 77.

⁶² POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1991]), p. 24. La hipótesis principal de Postman en este libro es que en Estados Unidos se ha dado un declive de la epistemología de la imprenta que era más saludable que el ascenso de una epistemología basada en la televisión. Como la cultura estadounidense y el modelo capitalista de la cultura de consumo se ha exportado a muchos otros países occidentales, de ser cierta la hipótesis de Postman, deberíamos hablar de un problema global.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ MCLUHAN, MARSHALL y B. R. POWERS: *La aldea global...* p. 37.

específico de contenido», arguye Postman⁶⁵. Más aún, sigue opinando, «la epistemología creada por la televisión no sólo es inferior a la epistemología basada en la imprenta, sino que es peligrosa y absurda»⁶⁶. Bajo este prisma, cabría preguntarse si la epistemología de la nueva cultura digital está conduciendo con mayor velocidad hacia la absurdidad o esté perjudicando la capacidad de juicio del hombre posmoderno. Anticipamos que, si esto es así, algo ha tenido que ver en ello la atomización de los contenidos, el volumen de información agregado en las últimas décadas, las redes sociales, la multitarea o la democratización descontrolada en el acceso a la información.

El soporte inmaterial, discontinuo y manipulable exige nuevas relaciones y distintas técnicas intelectuales de escucha y lectura, que provocan importantes cambios en los métodos del manejo y la adquisición del conocimiento⁶⁷. La capacidad de manipular el texto digital por el usuario conlleva nuevas prácticas difíciles de trazar hasta la fecha. Por ejemplo, como ocurre con los *mashup*, la participación del usuario en el proceso de crear y distribuir lo convierte en co-productor y generador de contenido. Contenido que en muchas ocasiones no es más que un palimpsesto ubicuo, descontextualizado, reapropiado y deslocalizado, perdiendo toda referencia con el original.

Los hipervínculos también son elementos incorporados al contenido digital que acelera los procesos de fragmentación y ubicuidad de la música. Una búsqueda sencilla en YouTube o Spotify abre múltiples conductos, caminos y enlaces cuyo final puede alejarnos considerablemente de nuestras pretensiones iniciales. Los algoritmos están diseñados para una navegación dirigida, cargados de prácticas ideológicas y de una peligrosa lógica de mercado. Con ello se genera un cierto desorden que no ocurría con las prácticas aurales de la era analógica, mucho más centradas y focalizadas.

En efecto, el hecho de que la música hoy en día sea portátil y ubicua, atomizada, omnívora y tendente a la desritualización como praxis de socialización, junto a la multitarea y el auge del mundo audiovisual en detrimento del auditivo, inducen a modos de escucha con conductas menos activas, poco críticas y menos profundas, más individuales y preocupantemente dispersas.

Acudiendo a los distintos informes de consumo de música que elaboran anualmente los principales países de la industria de la música, observamos que, en algunos casos, como ocurre en Japón, la escucha de música digital se distribuye entre el streaming (54%), la compra de

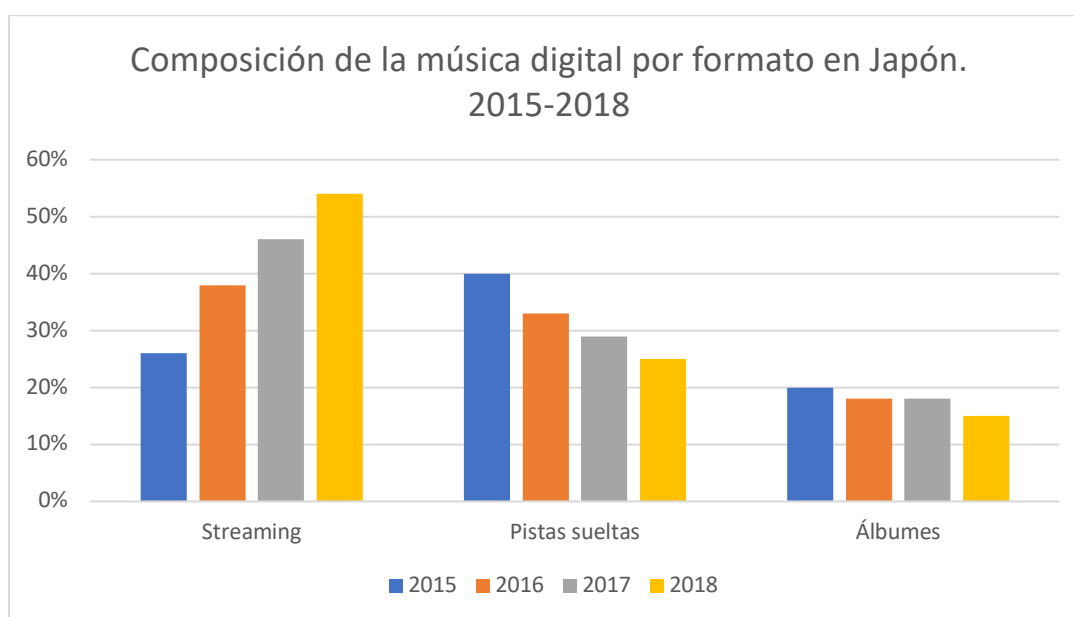
⁶⁵ POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1991]), p. 26.

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ PONS, *El desorden...*, p. 77.

sencillos (25%), y oyentes que escuchan álbumes enteros en formato digital (15%)⁶⁸. Teniendo en cuenta que Japón es el país que más música en soporte físico compra del mundo por número de habitantes, y comparándolo con los resultados de Estados Unidos o India, vemos que los valores de la escucha de música en streaming en archivos sueltos, dependiendo de franjas de edad, roza el 70% del total de música digital online, y dentro de este casi el 90% de la escucha se realizada desde el *smartphone*⁶⁹.

Gráfico 14. Escucha de música digital según formato en Japón. Periodo 2015-2018.



Fuente: Informe RIAJ 2019, p. 10, Vid <https://www.riaj.or.jp/f/pdf/issue/industry/RIAJ2019E.pdf>

Buena parte del streaming, por su propio diseño y por las prácticas de escucha atomizadas actuales, junto a estos datos que hemos ofrecido, nos conduce a pensar que la mayoría de la música que se escucha *online* en Japón es de archivos sueltos. A los resultados indicados debemos añadir la fragmentación de la música en las radios. Todo ello dibuja un mapa totalmente fragmentado, muchas veces inconexo, que favorece el picoteo de la escucha y un consumo omnívoro, poco activo y despreocupado.

⁶⁸ Vid. Informe RIAJ 2019 en <https://www.riaj.or.jp/f/pdf/issue/industry/RIAJ2019E.pdf> [09/06/2019].

⁶⁹ Para un estudio sobre el uso del teléfono móvil y de cómo ha diseñado nuevos usos y posibilidades de interacción, véase LEVER-MAZZUTO, KATIE M: "What is that noise? And analysys of sound quality and music in mobile devices" en *The Oxford Handbook...*, pp. 211-220.

Tabla 7: Porcentaje de la población que escucha *streaming* bajo licencia. Año 2019.

País	% de la población que escucha streaming con suscripción
Rusia	87%
México	81%
Brasil	77%
Suecia	74%
Argentina	70%
USA	68%
España	63%
Canadá	56%
Gran Bretaña	56%
Corea del Sur	55%
Italia	53%
Polonia	53%
Australia	53%
Francia	52%
Alemania	50%
Japón	23%

Fuente: Informe IFPI 2018 en <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf>

Hemos indicado ya que el pago por pista suelta de las plataformas de streaming está provocando una reducción de la duración de las canciones de música moderna en lo que se podría llamar una miniaturización del tiempo de escucha continuo⁷⁰. Si analizamos la duración de los éxitos de música popular de las últimas décadas constatamos esta reducción. De los seis minutos y diez segundos en *Like a Rolling Stone* de Bob Dylan, a los dos minutos y siete segundos en *I Love it (& Lil Pump)* de Kayne West, hay más de cuatro minutos de diferencia. Algunos lo atribuyen, no sin razón, a un cambio en las conductas y un déficit de atención provocado por las tecnologías digitales que procede de las redes sociales, el uso del móvil y las plataformas de *streaming* que favorecen la canción corta, los mensajes de texto casi encriptados, y el exceso de símbolos en la comunicación.

Analizando la duración de las canciones antes del surgimiento del Long Play, observamos que las listas de éxitos también estaban copadas por canciones cuya media rondaba los tres minutos de duración. La forma de mercado estaba centrada en la venta del *single*. Por el contrario, el microsuro aumentó la duración de los discos a treinta minutos por cara. Durante unos treinta años el álbum fijó un modelo de consumo en la industria de la música popular, hasta que

⁷⁰ Vid. <https://www.elmundo.es/papel/historias/2019/06/28/5d14e1cf21efa0e2778b4595.html> [28/06/2019].

el MP3 y Napster desfragmentaron el concepto narrativo del disco para crear pequeñas píldoras. Por lo tanto, no es que las canciones se hayan miniaturizado en la era digital, sino que se produce una vuelta al consumo de pequeñas canciones como ya ocurría en la época anterior al *long play*. Ahora bien, la diferencia con respecto a los discos de 45 y 75 rpm es que su duración venía determinada por las dimensiones físicas del disco (diámetro) y del ancho del surco. Sin embargo, ahora la fragmentación viene dada, además de por los desarrollos tecnológicos, por aspectos sociales posmodernos vinculados a la aceleración de la producción, el consumo y los ritmos acelerados de la vida, la devaluación del contenido como resultado de la sobreabundancia, y por la facilidad e instantaneidad en el acceso a la música.

En lo que a la música clásica se refiere, Nicholas Cook sirve de altavoz a las quejas de Lawrence Kramer cuando afirma que las descargas en iTunes y en servicios de streaming como Spotify, fragmentan las obras de la tradición clásica occidental en archivos de sonidos individuales llamadas canciones, «un término estridente cuando se aplica a sonatas, sinfonías y otros géneros de música clásica», con la consiguiente pérdida estética y el sustento de la música clásica. También advierte Cook que la fragmentación, como ya hemos indicado, afecta a la pérdida de información de los discos, las carátulas, los libretos, etc.⁷¹ Y no sólo afecta a la información sino al carácter artístico del diseño gráfico de las carátulas. Para Kramer la solución pasa por salvar a la música clásica de lo digital a través de una vuelta al concierto en vivo recuperando su forma excepcional de experiencia. Pero cuidado. El peligro de este discurso es volver a caer en las disyuntivas de lo auténtico, lo único, lo mejor y lo peor, con el riesgo de abrir construcciones ideológicas de clase que vuelvan a legitimar determinadas conductas propias de la burguesía del siglo XIX como forma de apropiación de una cultura determinada. En este sentido advierte Cook:

Un historiador podría observar un precedente en las ideas de mediados del siglo XVIII y anteriores sobre la capacidad de la música para representar y afectar a las emociones, los humores y los aspectos de la función corporal. La tradición de la que se ocupa Kramer se remonta a finales del siglo XVIII y es el producto de un nuevo sistema estético en el que la música adquirió los atributos de un arte final y se concibió como la expresión creativa de una personalidad artística única. Se trata de una concepción histórica y geográficamente delimitada de lo que es la música, que hasta hace muy poco tiempo dominaba lo que podría llamarse la cultura musical "oficial" del Occidente histórico, pero que en realidad coexistía con cualquier número de concepciones diferentes de la música. Al hacer accesible todo tipo de música con sólo tocar un trackpad, Internet

⁷¹ COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 13.

ha socavado ese dominio y ha reconfigurado la dinámica de la cultura musical. Y en ese sentido, la tecnología digital puede considerarse una fuerza para el pluralismo musical, no el vehículo de un avance inexorable y tecnológicamente determinado hacia la "condición posthumana" de Kramer (como he dicho, la tecnología no determina simplemente lo que ocurre en la cultura).

He aquí el peligro de la construcción o recuperación de determinados discursos históricos que, queriendo o sin querer, legitiman estructuras, comportamientos, conductas, ideologías y hasta formas de escuchar. La ventaja aducida por Cook —a la vez que critica la postura de Kramer— es que la música digital y su acceso gracias a internet ha convertido a la música en un pluralismo que ha socavado el dominio de unas músicas sobre otras y que ha remodelado las dinámicas de la cultura musical.

En resumen, la fragmentación de la escucha fue consecuencia directa de las limitaciones del soporte. Hoy, cuando esa limitación ya no existe, la escucha es más atomizada que nunca. Los motivos hay que buscarlos en la fragmentación del álbum y la dispersión de archivos sueltos, pero también en dinámicas sociales como la aceleración del ritmo de vida, la falta de atención continua provocada por la sobreabundancia, la preferencia por lo visual, la dispersión y la economía de la atención.

6.2. ESCUCHA DEMOCRATIZADA

En 1928, hace casi un siglo, el escritor, poeta, ensayista y filósofo Paul Valéry escribía: «Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo. [...] Entre todas las artes es la música la que está más cerca de ser traspuesta al modo moderno. Su naturaleza y el lugar que ocupa en el mundo la señalan para ser la primera que modifique sus fórmulas de distribución, de reproducción, y aún de producción»⁷². Ochenta años después del augurio de Valéry, David Bowie afirmaba en una entrevista para el *New York Times*: «Music itself is going to become like running water or electricity»⁷³. Y como decía Timothy Day en el año 2000: «Hoy en día la magia de la música no contaminada por el contacto humano mediocre puede ser disfrutada por cualquiera y en cualquier momento»⁷⁴. Veamos cómo hemos llegado hasta aquí.

6.2.1. La tecnología, un medio democratizador

La RAE explica que democratizar es hacer demócratas a las personas o democráticas las cosas. Y por democracia entiende la RAE una forma de sociedad que practica la igualdad de los derechos individuales con independencia de etnias, sexos, credos, etc. Si democracia, entonces, además de una forma política de gobierno, es la igualdad en el acceso a las cosas, nos encontramos con un problema de praxis, no teórico. El acceso a la tecnología, que al fin y al cabo no deja de ser una manera de adquirir determinados objetos, contenidos y/o recursos que hacen que nuestra calidad de vida mejore, debería ser un medio que coadyuvara a conseguir la democratización. Pero esto no es así. Como advirtieron Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard, Gilles Lipovestky y Zygmunt Bauman, el estatus y la clase social condicionan el acceso a los bienes de consumo, que no es lo mismo que el consumo de bienes. Afirma Lipovestky en el año 2007, siguiendo a su vez a Baudrillard, y éste a su vez usando la terminología de Bourdieu: «Lo que está en la base del gigantesco tumor del consumo y de la imposibilidad de llegar a un umbral de saciedad de las necesidades son las estrategias de la distinción y las luchas de competencia que enfrentan a las clases sociales»⁷⁵. En resumidas cuentas, no sólo existe una idea de democracia en cuanto al acceso a los bienes de consumo, sino que, además, estos bienes son

⁷² VALÉRY, PAUL: *Piezas sobre arte* (Madrid, La Balsa de la Medusa, 2005, [1960]), pp. 131-133.

⁷³ Entrevista a David Bowie, *New York Times*, 2002, en <https://www.nytimes.com/2002/06/09/arts/david-bowie-21st-century-entrepreneur.html> [08/04/2019].

⁷⁴ DAY, TIMOTHY: *Un siglo de música grabada* (Madrid, Alianza Editorial, 2000), p. 111.

⁷⁵ LIPOVESTKY: *La felicidad paradójica...*, p. 34.

planificados por el capitalismo para establecer distinciones entre clases. Al fin y al cabo, no es más que la continuación del pensamiento neomarxista que se opone frontalmente a la esfera de prosélitos del neoliberalismo. Si analizamos los datos de las estadísticas oficiales, podemos observar que las brechas existen y que desde el año 2008, —año del comienzo de la crisis económica mundial—, se han acentuado dentro de las fronteras políticas, y entre los países más ricos y los más pobres.

La democratización en el acceso a la red no implica una democratización de acceso al conocimiento. Investigadores recientes han demostrado una brecha entre los hijos de quienes tienen una mejor educación y los hijos de quienes tienen menor capital cultural. Los primeros acceden a internet para ampliar conocimientos mientras que los segundos usan internet preferentemente para el entretenimiento. Aunque es cierto que las posibilidades de acceso son las mismas, el empleo que se hace de las tecnologías digitales tiene fines distintos. El economista estadounidense Peter Collier advierte que: «Internet ha ampliado, en lugar de estrecharlo, la diferencia de oportunidades»⁷⁶. También David Harvey, allá por el año 1990 reparaba en que «la acción del saldar la brecha entre la cultura popular y la producción cultural, que depende en gran medida de las nuevas tecnologías de comunicación, parece carecer de un impulso vanguardista o revolucionario, motivo por el cual muchos acusan al posmodernismo de haberse sometido a la comercialización y a las imposiciones del mercado»⁷⁷. La utopía del comunitarismo de la última fase de la modernidad, las promesas de cambio de las sublevaciones culturales y políticas habidas entre 1968 y 1972 (pacifismo, feminismo, ecologismo, movimientos anti-autoritarios, etc.), los movimientos revolucionarios de Chicago, París, Praga, México, Madrid, Tokio o Berlín, la ruptura con el *establishment* liberal y el expresionismo abstracto americano, todas esas promesas de cambio al final de la modernidad, y otras muchas, quedaron en un simple simulacro. Más allá de esto, continúa Harvey, «gran parte del posmodernismo es deliberadamente anti-aurático y anti-vanguardista, y trata de explotar el ámbito cultural y mediático accesible a todos»⁷⁸.

Esta postura pesimista de los medios de comunicación del posmodernismo obedece a un planteamiento netamente neomarxista. Cada movimiento, cada vez que el hombre tardomoderno hace algo, puede ser objeto de análisis de consumo. La comida, los desplazamientos, la

⁷⁶ COLLIER, PETER: «La brecha de clase: tenerlo todo, desmoronarse» en *El futuro del capitalismo. Cómo afrontar las nuevas ansiedades* (Barcelona, Penguin Random House, 2019), pp. 214-228. La solución para este desajuste para para Collier por un cambio en el sistema de admisión en la educación pública y privada.

⁷⁷ HARVEY, DAVID: *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]), p. 77.

⁷⁸ *Ibíd.*

ropa, la cultura, el ocio, etc., son transformados en bienes o experiencias proclives a la comercialización. Todo puede ser vendido para el consumo de masas: la música como bien cultural es convertida en eficaz objeto susceptible de consumo. Para poder hablar de la democratización del acceso a los bienes de consumo musicales o a la propia escucha, debemos por tanto hablar de consumo.

Recordemos que el consumo de masas es tildado por Lipovetsky como un «capitalismo de consumo». ¿Qué sería del capitalismo sin las masas? La diferencia entre las dos expresiones es que el capitalismo implica un manejo, un control o una direccionalidad por parte de un grupo que controla el capital, y que mantiene unas estructuras de poder sobre el control de los productos, su fabricación, su distribución y su acceso al consumidor. Por el contrario, la expresión “consumo de masas” parece querer excluir la existencia de la “mano invisible” —para usar el término al que se refería Adam Smith—, que controla el consumo a su antojo y al que hay que dejarlo autorregularse libremente. Como si la responsabilidad última recayese en las masas. Al fin y al cabo, ambas locuciones no son más que la desregulación y la abstención tanpreciadas por el *laissez faire, laissez passer*.

La música, como objeto de consumo, no escapa de la ya enunciada clasificación de Lipovetsky sobre los tres paradigmas del capitalismo de consumo de los últimos ciento cincuenta años⁷⁹. No por casualidad, la música grabada surge justo en la misma década en la que nacen los grandes mercados de masas junto a la primera fase del capitalismo de Lipovetsky, quien describe con brillantez, y desde una perspectiva social, económica y cultural, los cambios de paradigma en el consumo masivo de bienes.

Recordamos que la tercera y última de las fases del capitalismo de consumo comenzó en torno a 1980 y llega hasta el presente. La última parte de esta tesis versa sobre la escucha de música en la era digital, que tiene como punto de partida el primer soporte digital de la historia (CD) y que coincide a su vez de pleno con la última fase de Lipovetsky, un hecho no casual. Es la misma fase del acceso a las experiencias a la que se refería Rifkin, o lo que Lipovetsky llamó «consumo experiencial», un tipo de consumo centrado en gustos y criterios individuales, altamente dirigido y con criterios personalizados⁸⁰. Es la época del hiperconsumo subjetivado y emocional. Ya no se desean objetos para ser exhibidos, sino que se desean objetos que cubran las «satisfacciones personales emocionales y corporales, sensoriales y estéticas, comunicativas

⁷⁹ Véase nota a pie de página nº 134.

⁸⁰ Lipovetsky dedica el primer capítulo a explicar las dos primeras fases y el resto del libro a analizar la tercera fase. *Vid.* LIPOVETSKY, GILLES: *La felicidad paradójica* (Barcelona, Editorial Anagrama, 2013, [2006]).

y sanitarias, lúdicas y entretenedoras»⁸¹. Se espera que las cosas nos permitan ser más independientes, móviles, que nos permitan «paladear sensaciones, vivir experiencias, mejorar nuestra calidad de vida, conservar nuestra juventud y la salud»⁸². Es una etapa de «individualismo extremo» por ser el «*homos consumericus*» quien ansía cubrir sus deseos gracias al «fetichismo de las marcas». Un fetichismo no racional, marcado por el miedo al rechazo, el miedo a no ser considerado un auténtico consumidor. Un consumidor que hace del lema “consumo luego existo” su aforismo, su proverbio de vida, su apotegma hedonista.

El acceso a la tecnología, por principio, tiene como resultado una mejora en la calidad de vida de sus usuarios. Cuantos más pertenezcamos al universo tecnológico mejor podremos hablar de un proceso democratizador. A pesar de que la «cultura-mundo» —término que usa Lipovetsky para referirse a la globalización cultural— ha generado un espléndido momento de ofertas globalizadas, también contribuye, por el contrario, a comportamientos «disparos, heterogéneos y eclécticos, más multiculturales e híbridos»⁸³. Es decir, la cultura-mundo no se encarga de unificar la cultura, sino de diferenciar versiones de una misma cultura-mundo manoseada por el capitalismo y la tecnociencia, elementos conducentes al individualismo y el hiperconsumo⁸⁴.

6.2.2. La democratización en el acceso a las grabaciones

Grabar, distribuir y dar acceso a una música puede convertir la cultura en una realidad democratizada, a pesar de los intereses, a veces enfrentados, que defienden por un lado los productores y distribuidores, y por otro lado los oyentes. Timothy Day articula la idea de que gracias a la música grabada en los inicios de la fonografía crecieron las oportunidades de «experimentar los sonidos musicales de forma sólo soñadas por los melómanos del pasado, y experimentadas sólo por un pequeño grupo de hombres y mujeres privilegiados que podían escuchar música en sus hogares»⁸⁵. En cuanto a la música en vivo, los únicos lugares en los que se pudo escuchar música clásica hasta mediados del siglo XX fueron espacios destinados a unos pocos, bien mediante el pago de una entrada, por invitación, bien por pertenecer a un grupo social, cultural, político o económico determinado, bien por la conjunción de varias de estas exigencias.

⁸¹ *Ibid.*, pp. 36-37.

⁸² *Ibid.*, p. 37.

⁸³ LIPOVETSKY, *El occidente globalizado...*, p. 75.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 76.

⁸⁵ DAY, TIMOTHY: *Un siglo de música grabada* (Madrid, Alianza Editorial, 2000), p. 211.

El recinto cerrado en el que se desarrolla el concierto es en sí mismo un acto de aislamiento y de exclusión. Prevenirse de aquellos que no puedan pagar la entrada o de aquellos que no comparten los mismos gustos, en suma, prevenirse de la otredad. Si la grabación constituyó un acto paulatinamente democratizador desde comienzos del siglo XX, la grabación en la era digital ha permitido la distribución de prácticamente toda la música grabada a lo largo de la historia fonográfica a una mayoría de la población mundial. Daniel Villegas Vélez enfatiza que⁸⁶:

Tras la separación entre un evento original y su grabación pueden intervenir además varios procesos orientados a la escucha —y no como parte de la composición o la ejecución—, todos sobre la grabación de un evento cuya originalidad es, a la vez, fetichizada y desidealizada, convertida en monumento pero abandonada a su dispersión democrática.

Son varios los asuntos que expone Villegas Vélez. Por un lado, el hecho de que la grabación añade factores que no se dan en la escucha en vivo; una idea que conduce a pensar que la grabación se convierte en algo con valor adquirido propio. En segundo lugar, que la interpretación en vivo pierde su carácter de originalidad al ser grabada, convirtiéndose al mismo tiempo en los polos opuestos de monumento y fetiche. Un monumento fetichizado que recalitraría a Adorno, pues no es excluyente sino englobante. Capítulo aparte merece el concepto de originalidad que se desprende de la música en vivo pero que tristemente gana valor, precisamente, al infravalorar a otras músicas, como la llamada música «mecánica» o «enlatada». Algo que mostró a cara descubierta la Escuela de Frankfurt y Adorno en particular. Un elemento éste, el del carácter auténtico y aurático aplicado a la música en vivo que ha sido una constante hasta el presente con el objetivo de consagrar el concierto infravalorando otros tipos de música y a las propias grabaciones.

Ahora bien, tampoco seamos tan ilusos de considerar que en nuestra época la cultura esté completamente democratizada por el simple hecho de ser más accesible. La misma sensación que tuvimos con el surgimiento de internet en los noventa y que daba acceso a un mundo desconocido hasta entonces, fue la que se sintió a lo largo del siglo XIX cuando surgieron nuevos medios de comunicación. Por ejemplo, el telégrafo fue capaz de unir grandes distancias mediante un sistema codificado de información, y el teléfono, el fonógrafo, el gramófono o la radio a finales de siglo XIX y comienzos del XX ofrecían un amplio y nuevo mundo cultural. Incluso podríamos comparar estos hechos sensoriales con la aparición de la imprenta en el siglo XV

⁸⁶ VILLEGAS VÉLEZ, DANIEL: “La política de la escucha. Formalismo y cuerpos sonoros” en *Cuadernos de Música, artes visuales y artes escénicas*, Vol. 7. Nº. 1 /enero- junio (2012), pp. 147-171.

con todo lo que ello supuso. Todos estos procesos han unido distancias, han hecho de la comunicación y la cultura algo más libre. Democratizar los procesos de comunicación y de acceso a la cultura no siempre han sido retos que superar. Aún en el mundo accesible en el que vivimos hoy podríamos preguntarnos sobre la calidad de nuestros procesos comunicacionales.

Una verdadera revolución democratizadora solo llegará a través de la apertura de cualquier restricción existente. A priori, cuanto más gente disponga de los recursos, más democráticas podrían ser consideradas las sociedades. El proceso de masificación en el consumo de soportes y reproductores de grabación que se inicia en la década de 1920 una vez superada la crisis estadounidense, y el consumo de masas de medios informacionales y de ocio que se extendió más tarde al resto de los países desarrollados en el periodo de entreguerras —principalmente desde la segunda mitad del siglo XX—, son dos ejemplos de los procesos democratizadores más importantes acaecidos en el siglo pasado. Aunque siempre se haya visto como algo infame, otro ejemplo democratizador lo conquistaron las redes de pares, que, en tan solo tres años de vida, consiguieron que el 21% de los estadounidenses desarrollaran nuevas formas de escuchar la radio, y que el 29% cambiaran sus gustos, sus géneros y estilos favoritos⁸⁷. Tal fue el influjo de los medios de masas digitales.

Frente a las técnicas vinculadas con la organización del trabajo en la era analógica, que dejaba en muy pocas manos la capacidad de incidir en las características y el sentido de los productos culturales, la aparición de nuevas técnicas desarrolladas en la senda de una creciente miniaturización de los instrumentos y su abaratamiento, conllevó estupendas opciones para la apropiación y la adopción de nuevas tecnologías (tanto por los profesionales como por el público profano en general), a la vez que una mayor operatividad en la participación y la auto-producción musical y el manejo de varios sistemas de reproducción del sonido grabado. La consecuencia de todo ello fue una cierta pérdida del control por quienes venían detentando el poder cultural y, en consecuencia, un aumento en la libertad para una población que comenzaba a acceder a una música que antes le estaba restringida, a través de lo que Miguel de Aguilera llama «tecnologías liberadoras»⁸⁸.

La comunicación y los medios tecnológicos empleados se han democratizado exponencialmente desde comienzos del siglo XX. Inventos como el telégrafo y el teléfono estimularon la mejora de las comunicaciones con procesos más democratizadores. Una vez que los costes de

⁸⁷ KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010), p. 187.

⁸⁸ DE AGUILERA, MIGUEL, Joan E. Adell y Ana Sedeño (eds.): *Comunicación y música, I. Lenguaje y medios* (Barcelona: Editorial UOC, 2008), p. 34.

producción se abaratan lo hacen para llegar a más consumidores. Así ha ocurrido con el teléfono, el fonógrafo y el gramófono, la radio y la televisión, y en los últimos años, con el acceso a internet y la telefonía móvil. Hemos pasado de una sociedad cableada a una inalámbrica⁸⁹. El objetivo de las grandes corporaciones es ganar dinero, algo que se consigue haciendo de la compra una necesidad global. Los mejores ejemplos provienen de sistemas de producción altamente cualificados en serie, cuyo paradigma es el Ford T. Un modelo productivo que se extendió pronto a la lavadora, la televisión, la Coca-Cola y McDonald's. La triste paradoja resulta del hecho de que existan lugares del planeta donde se hayan instalado antenas repetidoras de telefonía móvil, aunque apenas tengan algo que llevarse a la boca.

El aumento en la velocidad de las telecomunicaciones ha constreñido el tiempo y el espacio durante dos siglos, especialmente en los últimos cuarenta años. Pero tener acceso a la comunicación no implica necesariamente estar conectados. También puede utilizarse la tecnología para huir de la interacción, como vimos en el manejo de auriculares en determinados contextos en los que permite al oyente entrar y salir del entorno próximo, crear burbujas auditivas y paisajes sonoros subjetivados.

Convertir al oyente en productor y distribuidor de sus propios contenidos es otro factor importante que destacar en el uso de las nuevas tecnologías. Por ejemplo, con las cintas de casete en los setenta y ochenta los aficionados pudieron elaborar sus propias mezclas. Después de los popurrís caseros y las grabaciones domésticas en cinta, el karaoke convirtió a millones de oyentes en productores de música. Le siguió el CD, el videodisco y el DVD, y más tarde el MP3, el *streaming* y las plataformas en red. Son muchos los espacios en red por los que dar a conocer contenidos propios o ajenos convirtiendo al usuario en *prosumidor*: un individuo que ejerce al mismo tiempo de consumidor y de productor de contenidos. Las redes sociales, los blogs, YouTube y un largo etcétera son ejemplos de sistemas de distribución de contenidos autoproducidos.

La costumbre de escuchar música a través de los vídeos de YouTube merece atención especial tanto en cuanto ha generado un modelo centrado en el atractivo componente visual por encima del auditivo, un proceso que abrió en los ochenta la MTV y al que se sumó en los noventa el DVD. Muchos jóvenes prefieren ver vídeos en YouTube a usar plataformas de *streaming* gratuitas. También YouTube facilita la conversión del usuario en potencial productor de contenidos. Algunos grupos y artistas con poca o nula capacidad promocional en la era analógica, han usado YouTube como medio para alcanzar audiencias multitudinarias, fuera del

⁸⁹ BAUMAN, ZYGMUNT: *Retrotopía* (Barcelona, Paidós, 2017), p. 11.

alcance de las garras de la industria y de las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual.

Cuando YouTube fue adquirida por Google en el año 2006, la publicidad pasará a primer plano, abandonando el modelo inicial de proveedor de contenido libre dirigido por la propia comunidad de usuarios. YouTube comenzó a integrar operaciones con sellos discográficos y otras industrias de la comunicación. Para el 2008 ya había cerrado acuerdos de licencia con Universal, Sony BMG, EMI, Warner, CBS, NBC y otras, aunque su modelo de negocio principalmente seguía ligado a una audiencia en rápida expansión que proporcionaba vastas franjas de contenido libre creado por los mismos cibernautas. En algunas ocasiones los vídeos se volvieron tan virales que Google firmó acuerdos directamente con algunos artistas, evitando así a las discográficas. En la primera década de siglo XXI nacieron artistas como Ingrid Michaleson, White Stripes, OK Go., Jonathan Coulton, Arcade Fire, Cactus Cuties, Samantha Morton. Y en la segunda década se firmaron acuerdos con MacLemore, Ryan Lewis, Gotye, Justin Bieber, Carly Rae Jepsen, Milly Rock y The Weekend. El mismo año en que YouTube fue absorbida por Google, la disquisición en los entornos financieros pasaba ya por aceptar si YouTube era una especie de fuerza democratizadora o si por el contrario se trataba de una reserva masiva de explotación económica⁹⁰. En el año 2009 YouTube lanzó VEVO, su portal de vídeos musicales. Tres años más tarde Billboard tomaba por vez primera el número de visualizaciones en YouTube para elaborar sus listas. Los modelos de negocio, de distribución y de escucha estaban cambiando velozmente.

YouTube supone una escucha a demanda. Focaliza y personaliza mucho mejor los gustos del público. Según K.E. Goldschmitt y Nick Seaver «Con la mayor parte de la música nueva disponible en streaming a la carta desde el aparentemente infinito catálogo de YouTube, mucha gente dejó de descargar, y en su lugar gestionó sus archivos de música entre dispositivos que, a finales de la década, incluían un smartphone y un ordenador»⁹¹. El acceso inmediato a los contenidos a través de diferentes dispositivos emancipa al oyente. Le da libertad de movimiento: elige el dispositivo que mejor se acomoda a cada momento, vincula unos dispositivos con otros y los sincroniza.

⁹⁰ COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 47.

⁹¹ GOLDSCHMIDT, K.E. y NICK SEAVER: "Shaping the stream: techniques and troubles of algorithmic recommendation" en N. COOK, *The Cambridge Companion...*, pp. 63-64. «Con la mayor parte de la nueva música disponible para su transmisión bajo demanda desde el catálogo aparentemente infinito de YouTube, muchas personas ya no descargaron y, en su lugar, gestionaron sus archivos de música entre dispositivos que, a finales de la década, incluían un teléfono inteligente y un ordenador». [Traducción propia].

Para Nicholas Cook ha sido el siglo XX, mediante el desarrollo de la radiodifusión y las tecnologías para las grabaciones, las que han colocado la música clásica al alcance de cualquiera⁹². Pero tal vez lo más importante es que acabaron, según Cook, con la idea de «música pura» del siglo XIX, entendida ésta «en sus propios términos, independientemente de cualquier significado externo o contexto social»⁹³. Que es lo mismo que decir que la grabación ha minado el concepto de autonomía de la obra. Además, gracias a la grabación y la accesibilidad, se han constreñido «las diferencias cronológicas y geográficas»⁹⁴. Todo el pasado musical, toda la música al alcance de todos.

Fueron el fonógrafo, el gramófono y la radio los primeros sistemas de masas que condujeron al acceso universal de la música. Como dice Karin Bijsterveld, «Outside the concert hall, however, music making *did* become democratized»⁹⁵. Aunque todavía en los años veinte y treinta muy poca gente podía tener acceso a los discos, la radio llegaba a zonas donde era imposible que la música en vivo hubiese llegado. Esa capacidad de la radio, tremendamente semejante a la del *streaming* moderno de llegar al público a través de un medio etéreo y no de objetos físicos, fue entendida toda una revolución de las comunicaciones. El segundo sistema más importante después de la radio para un acceso masivo de música en la historia de la fonografía ha sido internet. Aunque compartan una misma hazaña democratizadora para la difusión, existe una diferencia muy importante entre ellas, a saber, que el *streaming* no dicta —al menos no del todo—, lo que el oyente debe y no debe escuchar. (Decimos al menos no del todo porque como ya hemos visto los sistemas algorítmicos dirigen al oyente a través de una escucha altamente planificada y encubierta).

Hasta finales del siglo XIX el acceso a la música culta perteneció a un grupo económico y social muy reducido capaz de pagar una entrada. «Antes de la invención de la grabación, el acceso estaba limitado por toda una serie de factores, incluyendo la clase, el dinero y la geografía», escribe Eric Clarke, profesor de la Universidad de Oxford y especialista en psicología de la performance⁹⁶. Y aunque los primeros fonógrafos y gramófonos fueron demasiado caros para clases más humildes, con la radio las grabaciones tendieron a limar algunas diferencias, aunque se tratase, en extremo, de una música mediada tecnológicamente.

⁹² COOK, NICHOLAS: *De Madona al canto gregoriano. Una muy breve introducción a la música* (Madrid, Alianza, 2012, [1998]), p. 61 y COOK, *The Cambridge Companion...*, p. 26: «The world's music has never been so accessible, and classical music – in whatever form – is heard by more people around the world than ever before».

⁹³ *Ibid.*, p. 67.

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ BIJSTERVELD, *Mechanical sound...*, p. 158.

⁹⁶ Citado en COOK, *Beyond...*, p. 352.

En el año 1900 las ventas de fonógrafos generaron un volumen de más de un millón de dólares anuales. En el año 1920 existían en todo el mundo cerca de 150 compañías dedicadas a la fabricación de discos y aparatos de reproducción⁹⁷. Pero lo que convirtió a la música en un auténtico producto mediático fue la radio, ya que en comparación con la venta de soportes resultaba más barata y ofrecía una buena amalgama de estilos y géneros. La radio y la televisión fueron en la era analógica los mejores medios para la promoción de las grabaciones. Ya en 1970 el negocio discográfico generó un volumen de 2.000 millones de dólares, llegando a la cifra redonda de los 10.000 millones una década después.

Con la digitalización de los contenidos visuales, textuales y aurales, que permiten que la comunicación se convierta en un bien común de muy fácil acceso y manipulación, junto al poder de interconexión de los nuevos sistemas tecnológicos aplicados a la escucha de música, surgen medios de difusión que acercan a los oyentes a espacios comunes de cultura mucho más democratizados. Pero si el acceso da entrada a todo un universo cultural, social y mediático con infinitud de posibilidades, la pesadumbre del usuario será directamente proporcional a este universo de abundancia. Desde la psicología advierten que el acceso a la sobreabundancia de productos, profesiones o personas puede a menudo derivar en depresión o en un sentimiento paradójico de soledad⁹⁸. Qué escuchar, qué red social abrir, qué correos electrónicos debemos leer primero, cuándo se debe responder o devolver llamadas, etc., provoca en los individuos estados de angustia y de crecimiento acelerado de los ritmos de vida.

Lo que realmente ha democratizado la era digital ha sido el acceso a los contenidos, no los sistemas ni las tecnologías usados para ello, que continúan siendo motivo para la distinción y la legitimación del estatus. Huelga decir que la tecnología acentúa la discriminación y es una herramienta para la ostentación. Tyler Bickford realizó un estudio sobre los alumnos de un colegio en Vermont observando que algunos de los niños con MP3 portátiles tendían a excluir a quienes no lo tenían, «actuando casi como barreras físicas que mostraban visiblemente las afiliaciones sociales que destacaban la separación»⁹⁹. La adquisición y el uso público de determinadas tecnologías se vinculan a una necesidad de jerarquización socioeconómica por una parte de los consumidores. A comienzos del siglo XXI, el icono de esta necesidad en el caso de los adultos provino del iPod. Apple concibió la simbolización de un grupo reducido de ácidos consumidores que amaban la marca de la manzana y que fomentaban la distinción y la separación. Uno de sus eslóganes más famosos de aquellos años fue uno que decía «Think

⁹⁷ Vid. DURÁN, *Industria de la comunicación...*, p. 187.

⁹⁸ Vid. TURKLE, *En defensa...*, pp. 234-270.

⁹⁹ BICKFORD, TYLER: "Earbuds are good for sharing" en GOPYNATH, *The Oxford Handbook... Vol.1*, p. 346.

different» en el que empleaba la imagen de personajes relevantes o famosos procedentes del mundo de la ciencia, la cultura y las ideologías pacifistas, tales como Albert Einstein, Bob Dylan, Martin Luther King, John Lennon, Mahatma Gandhi, Alfred Hitchcock, Pablo Picasso, Thomas A. Edison o Maria Callas¹⁰⁰.

La gran diferencia entre un iPod y cualquier otro reproductor de MP3 estribaba en la conectividad múltiple, del iPod al coche, del iPod a los altavoces domésticos, etc., pero sobre todo de la conectividad del iPod con iTunes y con iTunes Store. Esa multifuncionalidad le confirió en la primera década del siglo XXI un carácter propio que anticipaba las necesidades de acceso y de conexión de la era del *streaming*. Otra diferencia con el resto de reproductores es que el iPod podía conectarse con los altavoces del coche o domésticos, una amplificación del sonido que recordaría los tiempos del Boombox a modo de gramola para una escucha colectiva.

Volviendo al streaming, es importante señalar que las empresas de música online se introducen mejor en países que no tienen una piratería demasiado desenfrenada, con sociedades de gestión de derechos no demasiado poderosas y con leyes de protección de la privacidad poco estrictas o laxas. Con estas condiciones, la transmisión de música se convirtió, en realidad, en un velo para esconder determinadas actividades de la industria, como los ingresos por publicidad y los ingresos por la cesión de los datos privados de los usuarios.

No cabe duda de que la era del acceso abrió la senda hacia la democratización de los contenidos, pero tampoco seamos incautos. El poder de la industria sigue ejerciendo la presión suficiente como para que algunos de los resultados algorítmicos sean obviados, o como para que la elaboración humana de esos algoritmos tenga los suficientes sesgos para conseguir que los oyentes se inclinen hacia determinados artistas y estilos. K. E. Goldschmitt y Nick Seaver lo explican en los siguientes términos:

Cuando los críticos desean una vuelta a la pureza en el descubrimiento de la música [...], debemos reconocer que se trata de la nostalgia de un pasado inexistente. Ahora, como entonces, las fuerzas que filtran la música que llega a los oyentes son un complejo ensamblaje de partes técnicas y humanas, influenciadas por las demandas capitalistas y con efectos desigualmente distribuidos en el mundo de la música. Los constructores de estas nuevas herramientas son humanos, y aunque los algoritmos y los "grandes datos" no son imparciales, a menudo reflejan, enfatizan e incluso amplifican las diferencias de poder que ya existen¹⁰¹.

¹⁰⁰ Véase <https://www.youtube.com/watch?v=nmgInVTDYgc> [19/06/2019].

¹⁰¹ GOLDSCHMITT, K. E. y NICK SEAVER: "Shaping de Stream: Techniques and Troubles of Algorithmic recommendation", en COOK, NICHOLAS, MONIQUE M. INGALLS y DAVID TRIPPETT (eds.): *The Cambridge Companion to music in digital culture* (Gran Bretaña, Cambridge University Press, 2019), p. 79

No es nada nuevo que la industria teja sus redes de influencia con las fuerzas que le procura la salvaguarda del mercado. De hecho, las llamadas Big Three (Universal, Sony y Warner) participan de los activos de mercado de plataformas como Spotify o YouTube, condicionando o imponiendo qué grupo de artistas deben ser los más escuchados.

Con el modelo de mercado de venta del soporte físico, los artistas, en función de su relevancia y su cuota de mercado, es decir, del número de ventas, debían negociar por separado las condiciones contractuales. Por cada CD vendido el compositor y los intérpretes se llevaban una porción de las ganancias, aunque también existía la posibilidad de ceder los derechos a los sellos discográficos para su gestión a cambio de un pago único. Al fin y al cabo, los artistas mejor pagados eran los más famosos, y los menos conocidos o en vías de lanzamiento comercial debían ganarse este derecho. En los mejores casos, solo el 12% de las ganancias de cada soporte vendido iban a parar al artista y una parte inferior al compositor. Pero el streaming aligeró el acceso a los contenidos transformando los modelos de producción, distribución y acceso a la música, algo que ha tenido graves consecuencias en las regalías de los autores y los intérpretes.

Los proveedores se niegan a ofrecer información sobre los contratos o el pago de regalías, pero existen espacios y grupos en donde se analiza el sistema de proporcionalidad mediante el manejo de diversas fuentes. En la siguiente tabla podemos ver en orden de prelación lo que pagaron algunas de las mayores empresas de streaming en el año 2019 por canción clicada¹⁰²:

¹⁰² Cada canción clicada no implica que sea escuchada por completo. Ya se dijo que las plataformas computan como escucha de manera distinta.

Tabla 8. Pago por transmisión de las 30 principales plataformas del mundo que suponen el 99, 87% de los ingresos totales de streaming

PAGO POR STREAM EN LAS 30 PRINCIPALES PLATAFORMAS		
EN DÓLARES AMERICANOS		
	Plataforma	Pago por streaming
1	Facebook	0,05705
2	Peloton	0,03107
3	iMusica	0,02247
4	iHeartRadio	0,01798
5	Telecom Italia S.p.A.	0,01693
6	Amazon Unlimited	0,01123
7	YouTube Red	0,01009
8	TDC Play	0,00994
9	Line	0,0097
10	Napster	0,00916
11	TIDAL	0,00876
12	Apple Music	0,00675
13	Deezer	0,00562
14	Google Play	0,00554
15	Bugs Corporation	0,00427
16	Amazon Music	0,00426
17	KKBOX	0,00408
18	Spotify	0,00348
19	LOEN	0,00235
20	Pandora	0,00203
21	Reliance Jio	0,00176
22	YouTube	0,00154
23	Gaana	0,00133
24	Yandex LLC	0,00109
25	VEVO	0,00083
26	Slacker	0,00083
27	Taihe Music Group	0,00044
28	Play Network	0,00032
29	YouTube Content ID	0,00022
30	UMA	0,00022

Fuente: <https://thetrichordist.com/category/music-streaming/> [23/04/2020]

**Tabla 9. Veinte principales compañías de streaming ordenadas por nivel de ingresos
(en %)**

PRINCIPALES COMPAÑÍAS DE STREAMING SEGÚN SUS INGRESOS			
	Compañía	Ganancias porcentuales según sus ingresos	Cuota de mercado por ingresos
1	Spotify	44,33%	
2	Apple Music	24,79%	
3	YouTube Content ID	6,42%	
4	Amazon Unlimited	5,35%	
5	Deezer	2,58%	
6	Google play	2,54%	
7	Pandora	2,24%	
8	YouTube	1,70%	
9	Amazon Music	1,60%	
10	Facebook	1,56%	93,12%
11	YouTube Red	1,37%	
12	Peloton	1,28%	
13	Taihe Music Group	1,25%	
14	Yandex LLC	0,58%	
15	TIDAL	0,58%	
16	Napster	0,37%	
17	TDC Play	0,37%	
18	LOEN	0,18%	
19	UMA	0,15%	
20	play Network	0,12%	6,24%

Fuente: <https://thetrichordist.com/category/music-streaming/> [23/04/2020]

Paradójicamente las empresas que más pagan a sus artistas no son las que más beneficio generan. Teniendo en cuenta que en el año 2019 el streaming representó el 64% de todos los ingresos mundiales de música grabada, las treinta principales empresas de streaming del planeta alcanzaron el 99,87% de los ingresos mundiales. Las diez principales compañías de la tabla anterior suman por sí mismas el 93% de los ingresos. Otro dato significativo: Spotify, Apple Music, YouTube Content ID, Amazon Unlimited y Deezer, es decir, las cinco empresas más poderosas del sector alcanzan el 83% de la cuota de mercado global de música digital, sumando más de la cuarta quinta parte de los beneficios mundiales de la industria discográfica.

El streaming ha transformado el polémico sistema de regalías, pero también ha normalizado el sistema de cobros. Los artistas más conocidos ingresan ahora más porque sus canciones son más escuchadas en las plataformas, con lo que siguen manteniendo un circuito cerrado de éxito. Ahora bien, al haber disponible mucha más música, la escucha de estilos, géneros y artistas se ha diversificado como nunca. Aunque los privilegiados sigan perteneciendo a un pequeño grupo

apoyados por la industria, se han abierto numerosas opciones a la hora de subir música a la red por parte de aquellos grupos de menor calado. Por otro lado, la omnivoridad de la escucha está provocando un acceso al mercado a grupos y artistas cuyo modelo de negocio se centra en el directo y no tanto en una grabación que tiende a ser usada desde hace años como medio publicitario. De este modo tenemos que la era digital, a la vez que ha democratizado el acceso de la música a las masas, ha perjudicado el sistema de regalías de los compositores y artistas.

Recordemos que cuando se redujo el uso de las redes P2P, la industria recuperó parte del control del mercado, recentralizando el comercio de la música a través del streaming, solo que tuvo el inconveniente de tener que repartir sus dividendos con un nuevo mediador que actuaba entre la música y el oyente, las plataformas de distribución de música online. Uno de los mayores problemas, resultado de esta recentralización, ha sido que la mayor parte de los artistas no están viendo recompensada la escucha de sus grabaciones en estas plataformas. Como consecuencia de ello están surgiendo actualmente una serie de empresas y organizaciones en las que los artistas pueden suministrar directamente su música al público. Los beneficios generados por la reproducción de música van directamente al artista y al compositor con ganancias mayores. Webs como BitSong y Musicoin utilizan la criptomoneda como forma de pago a través de lo que se llama el *blockchain*, un sistema monetizado de pago seguro y directo¹⁰³. Otra interesante vía es la del micromecenazgo (*crowdfunding*) dirigido a la ayuda de la producción. Pero no podemos olvidar que, aunque se promete una relación directa sin intermediarios entre los artistas y su público a la vez que mayores dividendos para los creadores, estas empresas ejercen su control actuando como otro tipo de mediadores.

Algunos de los mayores problemas que creemos pueden adoptar estos sistemas de streaming directos son:

1. la subida indiscriminada de música sin ningún tipo de control de calidad,
2. la ausencia de música clásica,
3. una mayor atomización del concepto de álbum mediante el redito directo del *single*,
4. la ocultación de los beneficios empresariales,
5. el traslado y/o la venta de los archivos a plataformas secundarias.

Estos problemas son consecuencia, no de la tecnología, sino de las políticas económicas y los mercados globales instalados desde hace años en todos los ámbitos mercantiles. Otro

¹⁰³ Véase <https://bitsong.io> y <https://musicoin.org> Por ejemplo, Musicoin afirma en su página ser «*a music streaming platform built on the blockchain that supports the creation, distribution and consumption of music in a shared economy. Listeners can stream songs from independent musicians on our platform absolutely free and without ads, while musicians are compensated more fairly than major music streaming platforms in the industry*».

problema recae en los generadores de contenido, pues necesitan que esta música sea legislada mediante acuerdos internacionales. Las decisiones locales no pueden resolver problemas globales. Una vez más, la tecnología plantea situaciones inéditas que obliga a la toma de decisiones conjuntas.

En suma, la música grabada generó un proceso democratizador casi desde el mismo momento en que aparece. Un proceso con consecuencias en el acceso, pero también en las formas de consumo, en los modos de escucha y en los modelos de mercado. Es tal la importancia de estos procesos que su estudio debería analizarse desde diferentes perspectivas: la sociológica, la tecnológica, la etnomusicológica, la cultural, la política y la económica. Las palabras de Cook nos sirven de colofón de este apartado: «la grabación representó un cambio radical en la democratización de la alta cultura, y para la mayoría de los consumidores, la música —clásica o no— es música grabada». Para más inri, Cook se lamenta de que «en el siglo XXI, los musicólogos siguen siendo reacios a aceptar la música grabada como un fenómeno musical por derecho propio»¹⁰⁴.

6.2.3. ¿Globalización del gusto o expansión cultural? ¿Mercado o cultura?

La tecnología ayuda a modificar patrones de comportamiento cultural, económico, político e identitario. Por ejemplo, la llegada de la era digital en los ochenta provocó por parte de las discográficas y los artistas un interés especial por recuperar un repertorio de música clásica de geniales grabaciones de la época dorada del vinilo, tendente al olvido. También creció el interés por la reedición de grabaciones antiguas, algo que supo aprovechar el movimiento historicista. No menos importante fue un creciente interés por la recuperación de repertorios nacionales, en un periodo histórico que preparaba la caída del Muro de Berlín, el colapso de la URSS, sembraba el cierre de la Guerra Fría o favorecía la llegada de la unidad monetaria europea. Los países que más música de producción nacional consumen en el presente son Japón, Corea, Francia y Polonia¹⁰⁵. El caso japonés es particularmente llamativo en cuanto a la compra de soportes físicos de música clásica, que supera en ventas a la música popular.

¹⁰⁴ COOK, *Beyond...*, p. 353.

¹⁰⁵ El 66% de la música que se consume en Japón es de producción nacional, y dentro de esta cifra, el 29% consume música *anime*. En Corea el 62% consume música nacional y el 22 un estilo propio llamado K-Trot. En Francia el 69% escucha distintas variedades de música nacional y en Polonia el 28% escucha un género llamado Disco Polo. *Vid.* Informe IFPI Music Consumer Report 2018 en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

Tabla 10: Venta de soportes en Japón por géneros y formato. Año 2017.

Genre		3" CDs	5" Cd			MDs	Vinyl Discs	Cassettes		Total
			Singles	Albums	Total			Singles	Albums	
Domestic	Enka	373	5.555	5.362	10.917	0	7	4.559	2.057	17.913
	Pop/KAyokyoku	713	18.698	41.934	60.632	1	808	177	207	62.538
	Light Music	1	205	4.780	4.985	0	10	23	122	5.141
	Screen	1	9	1.174	1.183	0	0	0	1	1.185
	Traditional	30	228	2.516	2.744	0	1	746	926	4.447
	Kids	3	101	3.009	3.110	0	0	27	176	3.316
	Anime	3	3.973	8.479	12.452	0	2	10	280	12.757
	Classical	0	19	4.223	4.242	0	11	1	2	4.256
	Karaoke	0	20	132	152	0	0	0	7	159
	Others	8	154	5.121	5.275	0	7	7	132	5.429
	Domestic Total	1.142	28.962	76.730	105.692	1	846	5.550	3.910	117.141
International	Rock/Pop/Dance	5	163	16.422	16.585	0	188	0	5	16.783
	Jazz/Fusion	0	14	5.662	5.676	0	67	1	3	5.747
	Additional Genre	0	21	3.237	3.258	0	1	0	2	3.261
	Screen	0	2	658	660	0	0	0	0	660
	Classical	0	5	21.503	21.598	0	30	0	0	21.628
	Non-Musical	0	9	992	1.001	0	3	3	0	1.007
	International total	5	214	48.564	48.778	0	289	4	10	49.086
Gran Total	1.147 (85%)	29.176 (99%)	125.294 (97%)	154.479 (97%)	1 (-96)	1.135 (99%)	5.554 (107%)	3.920 (106%)	166.277 (98%)	

Fuente: <https://www.riaj.or.jp/f/pdf/issue/industry/RIAJ2018E.pdf>

Ya vimos cómo las grabaciones transformaron la relación tradicional entre intérpretes y público hacia un modelo de interacción mediatizada y distanciada¹⁰⁶. Esta mediación cambió la manera en que nos acercamos a los repertorios, los intérpretes y los compositores. Por ejemplo, los teatros de ópera instalaron cámaras de video a finales de los noventa para grabar las interpretaciones con el objetivo de editarlas y venderlas en VHS y más tarde DVD. Resultaba más barato este sistema de producción que las de aquellas grabaciones de estudio sin público, pues estas últimas debían contratar a una pléyade de artistas exclusivamente para la producción multimedia. Para cuando el ancho de banda ganó en velocidad de transmisión, algunas plataformas televisivas programaban en directo la retransmisión de óperas, conciertos y recitales que podían verse mediante suscripción o en abierto, según casos y países. El siguiente paso consistió en almacenar las grabaciones para una transmisión en diferido y a la carta, como parte de una programación más amplia. Por último, desde finales de los noventa, internet abrió el camino para la emisión en directo desde las propias salas de concierto en un tipo de interacción virtual y distante, una interacción sincronizada en el tiempo, pero distanciada en el espacio físico. Estas «nuevas formas dominantes de experimentar el espacio y el tiempo» conforman una de las características para el advenimiento de un nuevo paradigma cultural en la era posmoderna¹⁰⁷.

¹⁰⁶ Para una profundizar en la transformación de la interacción del cara a cara entre el público, los músicos y los sistemas de producción, véase, TAREK E. VARINI: "The resilience of a local music scene in Dalton, London", en HRACS, BRIAN J., MICHAEL SEMAN, TAREK E. VIRANI (eds): *The production and consumption of music in the digital age* (New York: Routledge, 2016), pp. 102-113.

¹⁰⁷ HARVEY, DAVID: *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]). En este libro escrito antes de la era digital de las comunicaciones, Harvey expone las causas principales que causaron un cambio de paradigma cultural, cuyos procesos se inicia en la década de 1970. Después de la lectura de numerosos sociólogos, podemos afirmar que este proceso de cambio es

Desde que la capacidad de la nube de albergar datos aumentó considerablemente, el control de la reproducción y de la escucha recayó por completo en manos del oyente-usuario-suscriptor. La decisión de parar, retroceder, postergar, avanzar, etc., pertenece a él exclusivamente, en un estadio de mediación que le da las competencias para manejar el tiempo a su antojo. Si el primer paso de la fonografía consistió en la distanciamiento espacial entre el oyente y el intérprete, la tecnificación en los procesos de mediación de las transmisiones en directo cedió por completo el control espaciotemporal a los usuarios. Algo que ya había conseguido el VHS y el DVD, pero con la importante diferencia de que ahora la desmaterialización del objeto ha convertido al oyente un individuo liviano e individualizado. Un usuario multiequipado, un oyente que accede a su música favorita desde variados y atractivos dispositivos.

Tanto en el caso de la posproducción para la venta del soporte físico, como para la producción en directo de la retransmisión a los hogares, se han incorporado elementos que son imposibles de encontrar en la música en vivo, y que por tanto deben ser asimilados dentro de los procesos de mediación y dentro de nuevas formas de percepción, acercamiento y de escucha. Una *Turandot* en vivo siempre ofrece una variedad cercenada de perspectivas visuales, aurales y panorámicas, exactamente la misma variedad que oyentes ocupen el patio de butacas. Por el contrario, una producción mediada tecnológicamente ofrece diferentes planos, perspectivas espaciales y sonoras, efectos, sensaciones que son imposibles de encontrar en el directo. Sin embargo, lo que se ofrece es lo mismo para todos. Se crean nuevos enfoques estéticos y nuevas perspectivas que afectan a los sentidos, generando espacios y entornos simulados, y en algunos casos hiperreales. Tal vez ni siquiera se trate ya de simulacros, puesto que no pretenden imitar la experiencia de la escucha en vivo, sino elaboraciones que superan cualquier estándar sobre las expectativas que ofrece la realidad de la sala de conciertos.

Este tipo de producciones, como cualquier otra grabación, son elementos que deben ser tomados en cuenta para su análisis cultural y estético como objetos artísticos por sí mismos, pues, aunque en sus inicios se tomó el concierto como único referente disponible, hoy en día son objetos culturales por derecho propio. Al tratarse de comunicaciones mediadas son, en consecuencia, interpretaciones de la realidad. Pero interpretaciones que huyen de las tradiciones interpretativas. Interpretar la mediación exige tomar decisiones sobre los canales de comunicación, reconfigurando el audio, el video, el montaje, etc., en definitiva, la propia producción empaquetada para el espectador audiovisual. La mediación como forma de interpretar la

acelerado y continuo pero que las características principales descritas por Harvey siguen presentes. Para profundizar en el estudio de las relaciones espacio-tiempo en la era posmoderna véase especialmente la tercera parte del libro, pp. 223-356.

producción conduce a otros modos de producción que deben ser considerados en sí mismos. La producción, la edición y las decisiones tomadas para la transmisión o la difusión de los contenidos configuran un producto cultural distinto que el de la propia ejecución musical en la sala de conciertos o el teatro. Se trata de un nuevo producto cultural. Cuando Walter Benjamin, T. Adorno, U. Eco y otros hablaban de una cierta pérdida en la música grabada en cuanto al aura como institución ritualizada y tradicional hablaban, simplemente, desde la comparación con la música en vivo; no aceptaron que los eventos mediados tecnológicamente deben ser analizados y aceptados como productos culturales *per se*.

La era digital ha convertido a la música en un producto de la cultura mucho más accesible, ubicuo y omnipresente. Le ha concedido el don de la movilidad y la ubicuidad, ha ampliado tanto el catálogo general como el de versiones de una misma obra. Buena parte de la música del siglo XX que algún día sonó en vivo en algún lugar del planeta en exclusiva para unos pocos presentes se nos ofrece ahora como un logro técnico que democratiza el acceso a la cultura.

Ulrich Beck considera una de las prerrogativas que torna irreversible la globalidad a aquellas corrientes icónicas de las industrias globales de la cultura¹⁰⁸. Dicho de otra manera, el acceso democratizador que hemos alcanzado con el *streaming* forma parte de un complejo mercantilizador global del que también participan el teléfono móvil, internet, el CD, el disco de vinilo o el gramófono. Un proceso que satisface la tesis ideológica neoliberal cuyo resultado conduce a la libertad del individuo, pero también a la psicologización de su existencia, la constante búsqueda de experiencias y el anhelo por satisfacer sus fútiles necesidades individuales, una «cultura del individualismo, es decir, la libertad extrema en el empleo del espacio público y en la apropiación de bienes»¹⁰⁹. Una cultura-mundo circunscrita a la cultura del yo¹¹⁰.

Si la democracia de la cultura está más viva ahora que nunca es por las aplicaciones prácticas de las tecnologías, por su puesto, pero también porque están dirigidas por poderes económicos globales y globalizadores. En cuanto a la producción musical, el paso del capitalismo de consumo de propiedades y objetos al capitalismo del acceso no ha resultado gratis en un cuádruple sentido. En primer lugar, porque surgió un nuevo enfoque a partir de 1995, pero sobre todo a raíz de Napster, que modificaba el significado mismo de contenido gratuito. Si antes el término se relacionaba con prácticas altruistas, el lucro a través de la publicidad quedaba ahora oculto bajo el lema “todo gratis para todos”. El acceso a partir de este momento irá acompañado de un

¹⁰⁸ BECK, ULRICH: *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona, Paidós, 2017, [1997]), pp. 29-30.

¹⁰⁹ LIPOVETSKY, *El Occidente...*, p. 154.

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 171.

enfoque de economías para la distinción de contenido cultural basado en nuevas corrientes de ingresos procedentes de la publicidad¹¹¹. La diferencia con modelos anteriores es que el espacio destinado a la publicidad en internet no tiene límite alguno. Todo cabe, todo entra. Esto ha provocado que los precios de la publicidad tiendan a la baja con respecto a los medios físicos como los periódicos, la radio o la televisión¹¹².

En segundo lugar, la dinámica de los sistemas de producción y provisión de contenidos online ha encauzado la concentración del poder en manos de unas pocas empresas, acostumbradas ya a participar en todas las esferas de la intervención, desde la producción hasta el artículo final empaquetado y entregado al usuario. Hemos visto cómo la concentración de este poder provoca el constreñimiento y la dirección de los gustos, las modas y el consumo.

En tercer lugar, fruto de esta concentración, el acceso a un mundo infinito de música está teniendo consecuencias negativas para el público. Algunas de ellas son la universalización del gusto, el difuminado de culturas propias alejadas de las políticas globalizadoras o el picoteo en la escucha. Simon Frith advierte que con la expansión de nichos del gusto y el manejo de las tecnologías para el acceso a la música, «se observa una tendencia a perpetuar un centro, a revalorizar incesantemente el canon angloamericano»¹¹³. En definitiva, quien dispone del poder del mercado dispone de la fuerza y el control para establecer no sólo los gustos, sino determinadas ideologías y políticas de consumo. Dicho de otro modo, la globalización es causa y efecto al mismo tiempo del capitalismo de la cultura.

En cuarto lugar, otra de las grandes pérdidas, que cada vez se advierte más en los medios de comunicación, es la pérdida de nuestra privacidad, el cribado de nuestros datos personales, la mala costumbre de nuestro Hermano Mayor de espiar nuestras conductas, hábitos, formas de consumo, de observar nuestra vida a través de la red. Una sociedad connivente con estas prácticas que Bauman denominó vigilancia líquida.

En contra de estas ideas sobre la unificación del gusto, Manuel Castells considera que en realidad no se construye una única cultura global, sino «una cultura de protocolos que comparten el valor de la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación»¹¹⁴. «En nuestra sociedad, —sentencia Castells—, los protocolos de comunicación no se basan en compartir una cultura,

¹¹¹ En el año 2015, los ingresos por publicidad en Spotify supusieron el 10,1% del total de los ingresos. El 89,9% restante provino de las suscripciones Premium. Vid, MARIA ERIKSSON (*et al.*): “Waht is the value of free? en *Spotify teardown...*, pp. 149-172.

¹¹² PATINO, BRUNO: *La civilización de la memoria de pez. Pequeño tratado sobre el mercado de la atención* (Madrid, Alianza Editorial, 2020, [2019]), p. 80

¹¹³ FRITH, SIMON et al: *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001]), p. 110.

¹¹⁴ CASTELLS, MANUEL: *Comunicación y poder* (Madrid: Alianza, 2016, [2009]), p. 67.

sino en la cultura de compartir»¹¹⁵. No interesa qué contenidos se compartan, ni a quién ni cuándo se haga, sino el mismo hecho de compartirlos.

Bauman hablaba de los teléfonos móviles como confesionarios portátiles digitales. Que los demás sepan que estamos en red, conseguir visibilidad, buscar *likes* a toda costa, es la lucha por hacerse un hueco, un reconocimiento en forma de corazón rojo en las redes sociales. En este sentido, desde la sociología y la filosofía tanto de Castells como de Bauman no se considera que exista una pérdida del patrimonio cultural universal, al revés, cada sociedad conserva su propia cultura, sólo que además tiene la capacidad de conocer y reconocer a otras.

En el polo opuesto, Ulrich Beck y Jeremy Rifkin consideran que la globalización sí tiene el poder de disipar la conservación, la autoprotección y la defensa legítima de culturas propias y tradicionales. Entonces, el poder democratizador de la música, sin perder del todo la conservación de las culturas locales, sí que tiende a unificar gustos y prácticas aurales de escucha centradas en el poder de la industria y el manejo de las modas.

No hace falta insistir mucho en que el poder de la producción estadounidense y británica de música popular gracias a las succulentas ofertas del mercado libre les confirieron la hegemonía productiva desde los años sesenta y setenta para conformar un gusto y un consumo global de la música popular. Y así lo sigue siendo en la actualidad. Otro de los grandes logros de la industria es precisamente el de ocultar los métodos de esos procesos globalizadores, haciendo creer que el consumo de la cultura no está bajo su mandato comercial, sino que es el propio público quien construye los valores de la cultura. Se trata de la prognosis de Aldous Huxley en su novela *Un mundo feliz*, cuando nos hizo ver que para obtener el control, no era necesaria la coacción ni la prohibición, sino conseguir que el individuo se auto-infligiera los mecanismos de control de los propios procesos culturales.

Por mi parte, creo que sí se está produciendo un trasvase impuesto de músicas desde las culturas dominantes a las dominadas. En este sentido podemos afirmar que el acceso a la música es democrático dado su poder de expandirse en internet, pero no lo es tanto en cuanto a la construcción mercantilizada de música que va a parar a las manos del capital, un capital económico disfrazado de cultura. Ahora bien, dentro de ese mercado global dirigido, existen subcategorías que se mueven en ámbitos más reducidos, aunque no escapen del todo de las influencias globales. Spotify, por ejemplo, analiza las características propias de las grandes culturas mundiales (anglosajona, latina, oriental, etc.) para proponer playlists de escucha definidas. Las

¹¹⁵ *Ibid.*, p. 177.

propuestas que se lanzan para España o Latinoamérica son diferentes a las de Estados Unidos o Gran Bretaña, aunque muchas de otras músicas posean un ámbito ampliamente mundializado.

Tal vez, uno de los mejores ejemplos de lo que podemos llamar globalidad del gusto, o globalidad de la escucha sea el Concierto de Año Nuevo. El del año 2020 llegó potencialmente a más de mil millones de personas en 54 países del mundo. Otro ejemplo es Eurovisión, que alcanza una audiencia anual estimada de 300 millones. Y aunque la música no sea el elemento principal, otro ejemplo es el intermedio musical de la Super Bowl del 2020, que fue vista por unos 90 millones de estadounidenses. O los funerales de Lady Di el 31 de agosto de 1997 con 2.000 millones de espectadores que pudieron oír música de compositores clásicos y populares. Algo similar ocurrió con el funeral de Michael Jackson el 7 de julio del 2009 con 2.500 millones de telespectadores que oyeron canciones firmadas por el propio cantante en la voz de Mariah Carey, Jennifer Hudson o Lionel Richie¹¹⁶. No menos desdeñable es la cifra de 4.000 millones de espectadores que vieron la inauguración de los Juegos Olímpicos de 2008 en China en la que sonaron instrumentos y melodías tradicionales, arreglos instrumentales de música sinfónica o el himno nacional chino conocido como *La marcha de los voluntarios*. A estas cifras habría que añadir la venta de soportes y las visualizaciones de estos eventos.

La transformación tecnológica hacia la digitalización de las comunicaciones, la interconexión entre ordenadores, el desarrollo de nuevos programas informáticos y el aumento en el ancho de banda, fueron aprovechados por la fusión de conglomerados de empresas que aprovecharon los cambios en los paradigmas de comunicación social, dirigiendo el mercado y las nuevas audiencias¹¹⁷. La convergencia empresarial entre operadoras de telecomunicaciones, fabricantes de ordenadores, proveedores de Internet y empresas propietarias de medios de

¹¹⁶ Uso el término *globalidad* por ser el que usa Ulrich Beck y el que mejor define para referirse a «una sociedad mundial» con espacios abiertos en el que «las distintas formas económicas, culturales y políticas no dejan de entremezclarse», creando lo que llama una “sociedad mundial”, tanto en cuanto a la totalidad de las relaciones sociales que no están integradas en la política del Estado nacional ni están determinadas (ni son determinables) a través de esta. A su vez, Beck usa el término *globalismo* para referirse a «la concepción según la cual el mercado mundial desaloja o sustituye al quehacer político; es decir, la ideología del dominio del mercado mundial o la ideología del liberalismo”» y que reduce la «pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión, la económica». Por último, *globalización* lo emplea Beck para referirse a los «procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios». Vid. BECK, ULRICH: *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona, Paidós, 2017, [1997]), pp. 25-32.

¹¹⁷ Los mayores conglomerados mediáticos a día de hoy son Time Warner, Disney, NewsCorp, Bertelsmann, NBC Universal, Vaicom y CBS. La empresa propietaria proveedora de Internet son Google, Microsoft, Yahoo y Apple. Vid. CASTELLS, MANUEL: *Comunicación y poder* (Madrid: Alianza, 2016, [2009]); también DENIS DE MORAES, IGNACIO RAMONET y PASCUAL SERRANO: *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información* (Buenos Aires, Ed. Biblios, 2013), en especial su primera parte “La colonización de los imaginarios sociales”, pp. 19-78.

comunicación, se confabularon para imponer nuevos modos de interacción social digitalmente mediados. La música, como parte factorial de esa interacción también ha sufrido cambios.

En apariencia podríamos afirmar que internet procura un acceso democratizado a la música, que amplía el abanico de escucha de estilos y géneros, inaccesibles en otros periodos, pero que, por otro lado, la conformación de un estado global del gusto, sobre todo de la música popular, imposibilita la consecución de factores de democratización y omnivoridad de la cultura. Dicho de otra manera, el acceso universal abre caminos de conocimiento y de expansión cultural al mismo tiempo que dirige los gustos y las modas, constriñendo la cultura. Así, la propiedad de los medios concentrado en conglomerados decide si ofrecer diversos productos en una sola plataforma o un solo producto en distintas plataformas, segmentando las audiencias y adaptándose a ellas para maximizar los ingresos.

Según Ignacio Ramonet, Internet permite volver a soñar con una democratización de la información¹¹⁸. A pesar de que el control recaiga sobre conglomerados multinacionales de producción de música, internet abre la puerta a un mundo de posibilidades y funciones inimaginables hace pocos años. Internet convierte cualquier contenido en potencialmente accesible a toda una comunidad internauta. Ahora bien, una cosa es la potencialidad de unos hechos y otra los hechos en sí mismos. El hecho de que millones de usuarios puedan acceder a internet no quiere decir que la usen en favor de la cultura.

Existen varios factores susceptibles de ser democratizados en Internet, varias formas de democratización:

- democratización en la producción de contenidos
- democratización en la distribución de contenidos
- democratización en el acceso a los contenidos

Que todo el contenido esté disponible no quiere decir que la gran mayoría opte por acudir a él. El exceso tiende a causar una ceguera informacional para quienes no disponen de los métodos de discriminación necesarios. En cuanto a la música, la sobreabundancia puede llevar a una sordera omnipresente.

Judy Wajcman considera que «los medios digitales generan nuevas oportunidades para la democratización cultural» ya que proporcionan importantes lugares de autoexpresión, es decir de autoproducción, autopromoción y autodistribución¹¹⁹. Un portátil y una conexión a internet

¹¹⁸ Vid. RAMONET, IGNACIO: “Medios de comunicación: ¿un poder al servicio de intereses privados?” en D. DE MORAES, *Medios, poder...*, p. 62.

¹¹⁹ WAJCMAN, *Esclavos del tiempo...*, p. 224.

colocan a una única persona en la pasarela hacia la producción y la distribución de su propia música. Y aunque hayamos visto algunos ejemplos en los que el escaparate que supone internet ha servido para dar a conocer artistas que de otra manera hubieran pasado inadvertidos, también debemos señalar que esto no es la norma.

Cualquier tipo de música es susceptible de comerciarse, al margen de su popularidad o de las listas de éxitos, lo que convierte las listas de reproducción en meros sistemas de control, no de ingresos. Así, la democratización no solo abre el acceso a grupos de músicas marginales sino a la posibilidad de éstos de darse a conocer. Chris Andersen lo explica en los siguientes términos:

Sin la necesidad de pagar coste de estanterías en el caso de los servicios exclusivamente digitales de iTunes, sin costes de fabricación y casi sin costes de distribución, la venta de una canción para audiencias marginales es simplemente una venta más, con casi los mismos márgenes que un superventas. De esta manera quedan equiparados los superventas a los “fracasos”, ambos simplemente son un registro más en una base de datos que simplemente sirve canciones según la demanda. Ambas dos merecen ser incluidas por igual en el inventario. De repente, la popularidad ha dejado de tener el monopolio de la rentabilidad¹²⁰.

Pero el exceso de contenidos puede estimular la sensación de abotargamiento —y de hecho lo hace—. Aplicado a la música que podamos encontrar en la red, el exceso de música suele confundir a los usuarios que picotean a tientas saltando de unas pistas a otras sin saber bien qué buscan ni que desean escuchar. Mientras escribimos estas líneas, ahora mismo necesitaríamos 199 años de vida para poder escuchar de manera ininterrumpida toda la música en la nube de Spotify, algo más en Google Play Music, y 300 años para oír el catálogo de la plataforma francesa Deezer. Una de las consecuencias de tal exceso es que la mayor parte de la música nunca será escuchada. El veinte por ciento de la música contenida en Spotify nunca la ha clicado nadie o no la han recomendado sus algoritmos. Lo que significa que cuanto más música se siga subiendo a la nube, más cantidad de música dejará de escucharse¹²¹. Algunos investigadores alcanzan incluso la cifra del veinte por ciento. Por ejemplo, el profesor de sociología de la cultura de la Universidad de Edimburgo, Nick Prior, estima que el noventa por ciento de los artistas en la extinta WiMP/Tidal —que estuvo disponible en Noruega, Suecia, Dinamarca, Alemania y

¹²⁰ Citado en SALVAT, *La revolución digital...*, pp. 147-1478.

¹²¹ ERIKSON, MARIA, RASMUS FLEISCHER, ANNA JOHANSSON, PELLE SNICKARS y PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019), p. 98.

Polonia— nunca fueron escuchados, y que tan solo el uno por ciento de ellos generaba el setenta y siete por ciento de los ingresos¹²². Si nos atenemos a estos datos, la existencia de un mundo globalizado del consumo del ocio y de la cultura no es cuestionable¹²³. Simon Frith advierte acertadamente que no es sólo que la música está en todas partes, sino que toda la música está en todas partes. Por eso ya no hay ninguna conexión necesaria entre la ocasión de hacer música y la ocasión de escucharla¹²⁴. Si algo quedaba del ritual aurático del arte, la era digital la está volatilizándolo. La ocasión de una escucha formaba parte del ceremonial y el ritual, de un momento con diversas funciones, elementos estos que la música líquida sigue disolviendo a pasos de gigante.

En su libro *Apocalípticos e integrados* Umberto Eco adopta el papel de abogado del diablo. Si bien antes lo hemos traído a colación para criticar los *mass media*, Eco también reconoce que existen ciertos factores favorables de los productos de masas, como su carácter democratizador, la mayor formación del individuo, la cultura de la distracción entendida como algo no negativo, o la enorme difusión de obras culturales a bajo coste. Por ejemplo, mediante la grabación se introduce en el aprecio a la música a «enormes grupos humanos que vivían al margen de una civilización del concierto»¹²⁵. De esta manera, añade Eco: «La posibilidad de amarse sobre un `fondo` de música de cuerda, en otro tiempo reservada a los más impúdicos de los monarcas, se halla hoy a disposición de cualquier esteta pequeñoburgués».

Otro elemento democratizador al digitalizar la música es que el proceso de grabación resulta infinitamente más fácil para una gran mayoría de músicos que dispongan de unos recursos mínimos; incluso para los aficionados¹²⁶. Richard A. Peterson y John Ryan consideran que la auténtica democratización se encuentra en la grabación, la producción, autoproducción y distribución, pero sin embargo obvian el poder de acceso público a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación¹²⁷. Por su parte, advierte Pierre Lévy: «Los testimonios

¹²² PRIOR, NICK: *Popular music, digital technology society* (Londres, SAGE Publications Ltd, 2018), p. 46

¹²³ Spotify dispone de 35 millones de canciones, Google Play Music de 40 millones, Apple Music dispone de 45 millones, YouTube Music la escalofriante cifra de 50 millones y la francesa Deezer se lleva la palma con 53 millones. El cálculo se ha hecho con un simple promedio a la baja de tres minutos por canción. Vid. <https://www.unocero.com/entretenimiento/musica/cuantas-canciones-hay-en-spotify-apple-music-youtube-music-google-play-music-y-deezer/> [03/03/2019].

¹²⁴ FRITH, SIMON: “Music and everyday life” en CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON (eds.): *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), p. 93.

¹²⁵ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2016, [1968]), p. 340.

¹²⁶ PETERSON, RICHARD A. y JOHN RYAN: “La musa sin cuerpo”, en HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (eds.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), p. 274

¹²⁷ Brian J. Hraes expone que «Consider, for example, that inexpensive computers, software, and equipment have democratized the production of music by allowing instead of capital-intensive recording studios [...]» Y sigue explicando el bajo coste en la producción casera de música ha introducido en el mercado de la música a

artísticos de la cibercultura son obras-flujo, obras-proceso, incluso obras-acontecimiento, que se prestan mal al archivo y a la conservación»¹²⁸. Lo pudimos ver en la efervescencia de los *mashup*, aunque todo empezaría en la edad dorada del *sampling* a finales de los ochenta y principios de los noventa. El préstamo de grabaciones o fragmentos para nuevas creaciones solo fue posible, eficientemente, gracias al uso de la tecnología informática¹²⁹.

Pero ¿y quién controla la calidad de esas producciones? ¿Quién coloca los filtros necesarios que debe pasar un artista antes de ser presentado ante el público? Consideraba Lévy en el año 2007 que: «Circulan textos a gran escala en el mundo entero vía el ciberespacio sin haber pasado nunca por las manos de un editor ni por cualquier redactor jefe. Pronto será lo mismo para la música, las películas, los hiperdocumentos, los juegos interactivos o los mundos virtuales»¹³⁰. Pensemos que, si antes el precio de un disco venía definido por el nombre del artista, la orquesta, el director o el sello discográfico, el pago definitivo de una tarifa plana está difuminando cualquier filtro que provenga de una opinión profesional. Al ser internet un mundo abierto al acceso y la autoproducción es por ello por lo que hoy en día se hace más necesaria que nunca la voz del especialista, la del crítico y la del musicólogo. Por ejemplo, SoundTrap es un software creado en Suecia en el año 2012 y adquirida por Spotify en el 2017. Se trata de un sencillo programa que permite componer música de forma rápida y sin conocimientos musicales a base de patrones de todo tipo, al tiempo que nutre el ya de por sí amplio catálogo de Spotify sin tener que pagar regalías a los compositores¹³¹.

La autoproducción en manos de «músicos modestos que nunca osaron soñar con que sus obras alcanzaran un atisbo de universalidad», fue también un presagio del ingeniero en telecomunicaciones madrileño Luis Enrique de Juan Vidales. Excolaborador asiduo de la revista *Ritmo*, valoraba de Internet en el año 2000

[...] su capacidad para establecer lazos entre individuos unidos por un mismo interés y separados continentes enteros, creando comunidades virtuales más allá de toda frontera y permitiendo,

grupos que ahora son capaces de grabar, producir y distribuir con una pequeña inversión de tecnología digital, en B. J. HARCS, *The production...*, p. 41.

¹²⁸ LÉVY, *Cibercultura...*, p.119.

¹²⁹ MCLEOD, KEMBREW y PETER DICOLA: “La edad de oro del sampling” en MCLEOD, KEMBREW y PETER DICOLA: *Criminales del copyright. Ley y cultura del samplig en la música digital*, (Asturies: Hoja de Lata, 2014), pp. 39-59.

¹³⁰ *Op. cit.* p. 204.

¹³¹ *Vid.* <https://en.wikipedia.org/wiki/Soundtrap>

en nuestro caso, publicar y difundir creaciones musicales en cualquiera de los formatos (partitura, MIDI o sonido real) ¹³².

La propia World Wide Web fue creada en sus orígenes como un sistema completamente democrático y libre, dirigido al acceso global de unos contenidos digitales, a la interacción virtual y la compartición de información. Llevar el conocimiento acumulado a todo el mundo y a cualquier usuario de internet gratuitamente ha sido tal vez uno de los mayores actos de altruismo que podamos encontrar en toda la historia de la comunicación y la información, tal vez incluso uno de los mayores logros de la humanidad. A quien tenemos que agradecer esto es a los creadores de la triple uve doble, el inglés Tim Berners-Lee y su colega belga Robert Cailliau, que tomaron la decisión de liberar internet, de cederla al mundo en 1991 ¹³³.

La democratización se ha insertado en los procesos de grabación, producción, distribución y acceso. Internet cambió el modelo de distribución de la música, un modelo que tiende en la actualidad a coste cero. Y, en segundo lugar, el aumento de la velocidad de flujos ahorra tiempo y dinero con respecto a la intermediación que requería el soporte analógico, con todas las reservas que se quieran hacer en cuanto a la pérdida del control y las formas de regulación ¹³⁴.

Pero, insistimos, que el acceso posibilite el elemento democratizador no demuestra que las prácticas aurales se hayan diversificado. Ya hemos visto que internet es de capital importancia para la distribución y el acceso, un flujo que alienta a idear nuevos sistemas. También vimos cómo los auriculares o los reproductores portátiles obligaron a diseñar nuevas estructuras aurales. Estos dos hechos demuestran que la música online abrió las puertas del acceso, el consumo omnívoro y la instantaneidad, pero el modo de escucha individualizado no es un triunfo que le corresponda exclusivamente a la música online. Digamos que lo aceleró notablemente. De hecho, los más jóvenes tienden a cerrarse en prácticas hegemónicas que ya existían antes de la era

¹³² DE JUAN, LUIS ENRIQUE: “Internet: ¿la clave del futuro de la industria musical?”, en *Ritmo*, mayo (2000), p. 88. Por ser experto en telecomunicaciones, la posición de Luis Enrique es ventajosa entre todos sus compañeros colaboradores de *Ritmo* y es el que muestra mayor conocimiento de su presente y de lo que estaba deparando el futuro de la producción musical.

¹³³ Téngase en cuenta que tanto la informática como internet provienen de fuertes inversiones estatales destinadas en sus orígenes a usos militares. La informática, tal cual la usamos hoy en día, se desarrolló en el marco de la Segunda Guerra Mundial para descifrar mensajes encriptados de los enemigos, en el marco de la Guerra Fría, del «modernismo heroico» o «reaccionario» en palabras del británico teórico social marxista David Harvey. Internet nace en Estados Unidos al amparo de la Guerra Fría con el objeto de ofrecer comunicaciones internas dentro del Departamento de Defensa americano, para evitar ser espiados desde el bloque soviético; HARVEY, DAVID: “Modernidad y modernismo” en HARVEY, DAVID: *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]), pp. 25-55.

¹³⁴ DE WAAL, WILLEM: “Internet y propiedad intelectual (5): estrategias novedosas en el mundo musical”, en *Mundoclasico.com*, 28 diciembre 2000; véase online en <https://www.mundoclasico.com/articulo/329/Internet-y-Propiedad-Intelectual-5-Estrategias-novedosas-en-el-mundo-musical> [18/03/2019].

internet. Algunos estudios revelan que a pesar de la capacidad que tienen los nativos digitales a la hora de expandir sus gustos, la gran mayoría de ellos siguen consumiendo los estilos y artistas dirigidos desde la industria. Los adultos y los universitarios, por el contrario, sí que hacen uso de la *web* para ensanchar el horizonte de sus prácticas aurales y de conformación del gusto¹³⁵. Por lo tanto, la democratización también es una cuestión generacional.

No debemos entender que los nuevos espacios de interacción digital terminen apartando antiguas formas de comunicación, sino que las formas de interacción interpersonal tradicionales son compartidas con otras formas de experiencia tecnológicamente simuladas que a menudo son percibidas más atractivas; como ocurre por ejemplo con el uso de los reproductores portátiles y sus auriculares o con las redes sociales¹³⁶. No nos extrañe que esto sea así, ya que la tecnología siempre ha contribuido a crear nuevos modos de comunicación al mismo tiempo que modifica sistemas previos; la imprenta, el telégrafo o el teléfono son buenos ejemplos de ello. Así que, internet ha facilitado la creación de nuevos ámbitos de conducta y de interacción, pero no ha acabado con las formas comunicacionales tradicionales. Tal vez esto ocurra en un futuro próximo con algunos medios, como ya ha ocurrido con el correo postal.

Los canales y las redes que intrincan internet han generado el mayor puerto de comunicaciones de la historia cuyo mayor logro es, a mi juicio, la universalización del acceso. También supone un gran avance de la interactividad, entendida esta como la participación activa de los usuarios en las transacciones de información¹³⁷. Si, como dice Lévy, «la posibilidad de apropiación y de recombinação de materiales del mensaje por su receptor es un parámetro capital para la evaluación del grado de interactividad de un dispositivo», internet supone la panacea de esos procesos comunicacionales. Y añade: «La universalidad proviene del hecho de que todos nos bañamos en el mismo río de informaciones y de la pérdida de la totalidad de su avenida diluviana. El río de Heráclito, no satisfecho con fluir siempre, está ahora desbordado»¹³⁸. Lo que llevado al terreno de la música equivale a decir que «los escuchas contemporáneos consumen muchos más artistas, estilos y géneros diferentes que los de los años ochenta»¹³⁹. O sea, que la democracia en la red ha devenido en consumo omnívoro.

¹³⁵ FOUCE, HÉCTOR: “De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, N.º. 34, Vol. XVII, 2010, pp. 65-72.

¹³⁶ BULL, *Sounding...*, p. 98.

¹³⁷ LÉVY, *Cibercultura...*, p. 65

¹³⁸ *Ibid.*, p. 124.

¹³⁹ LÓPEZ-CANO, RUBÉN: *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital* (Barcelona: Musikeon, 2018), pp. 26-27.

La capacidad del usuario para interactuar, evaluar, emular, criticar o producir música, ha volatilizado el tiempo para cientos de millones de oyentes¹⁴⁰. Uno de los ejemplos más atrayentes para los internautas actuales es la facilidad con la que pueden producir sus propios contenidos para que a su vez sean consumidos por otros internautas. ¿Cuándo pudo un oyente o aficionado haber participado de la producción de contenido musical? Siempre fue un actor pasivo, receptor de contenidos producidos por una minoría y hegemónica industria musical. Tal vez YouTube sea el mejor representante de la creación de música autónoma, en la que los artistas noveles pueden subir gratuitamente sus vídeos promocionales. Esta nueva figura llamada prosumidor se somete al juicio del resto de los participantes pasivos que valoran sus producciones mediante “likes”, visualizaciones y el número de veces que se comparte el contenido, incluso con la posibilidad de añadir algunos mensajes críticos. En la jerga actual es lo que se denominan *influencers*¹⁴¹. Los grandes estudios discográficos ya no son tan necesarios como lo eran antes de internet. Un efecto negativo de ello es que la calidad ha sufrido gravemente colocando la balanza a favor de la obtención. Y otra consecuencia es la pérdida de un control de la calidad estética de lo que se sube a la red.

La civilización *streaming* ha recogido del buzón de sugerencias las quejas recogidas procedentes de la industria discográfica, que recriminan que ya no son los sellos, escudándose en los músicos, los que se llevan los mayores beneficios de la producción y la escucha de música, sino que son los proveedores de internet, las industrias informáticas, las plataformas de música *online*, y en su día los negocios ocultos que giraban en torno a la piratería, los que están sacando provecho de esta situación. Las quejas son totalmente legítimas, pero a la industria no le ha quedado más remedio que adaptarse a las exigencias del nuevo mundo digital.

No sólo la industria tuvo que adaptarse. Gracias a Internet, los Estados dejaron de controlar la información. Las comunicaciones globales permitieron no sólo una apertura económica, fuente de inspiración al liberalismo y el capitalismo más recalcitrantes, sino que indujeron a la construcción de nuevas redes informacionales. Muchas veces se tiene una visión un tanto impúdica sobre las redes sociales, pero debemos tener en cuenta que permiten modos de interacción extraterritorial inéditos, nuevos cauces de entendimiento, la posibilidad de diseminar estructuras sociales más democráticas y hasta la capacidad para organizar eventos o manifestaciones al margen de los poderes mediáticos o institucionales.

¹⁴⁰ YÚDICE, *Nuevas tecnologías...*, pp. 23-24.

¹⁴¹ Todas estas actividades han reducido el número de horas frente al televisor mientras que sube el uso del ordenador personal, las tabletas y los teléfonos móviles. Lo que indica la diversidad de medios y de canales utilizados.

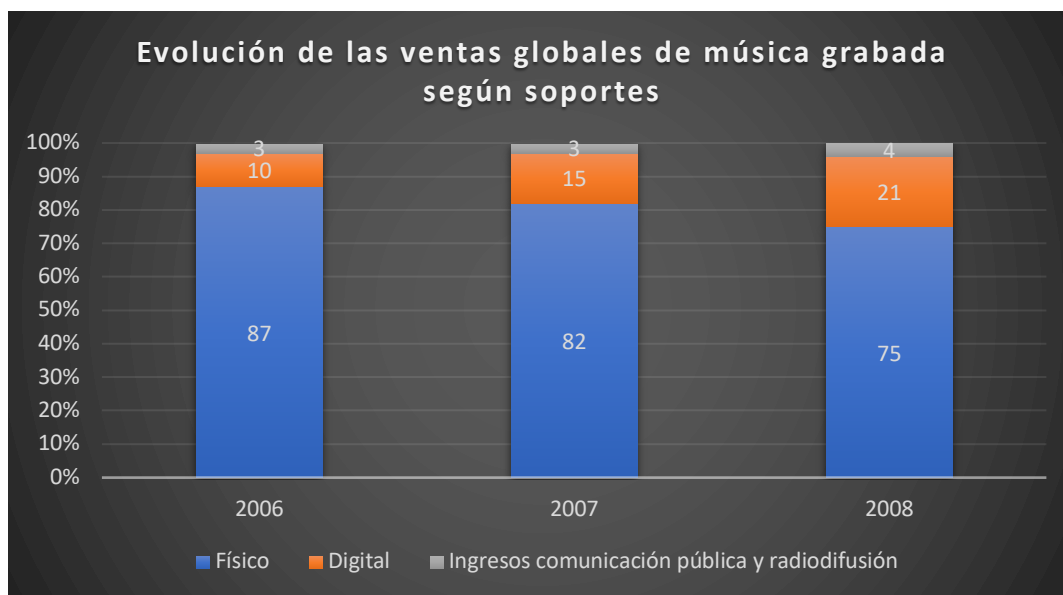
La pérdida del control de los Estados y sus instituciones tiene mucho que ver con la autonomía alcanzada por los cibernautas y el uso que hacen de las redes sociales. Las revoluciones árabes que terminaron derrocando estados de opresión como el de Túnez, en la mal llamada Revolución de los Jazmines en 2010-2011, o la Revolución de los jóvenes de la plaza Tahir en Egipto en el año 2011, así como la “Revolución de las cacerolas” en Islandia en 2008, emanaron de un impulso popular que adquirió carácter masivo gracias a internet y a su capacidad de informar, comunicar y organizar estructuras sociales con un marcado carácter democratizador en sus medios y en sus fines. Dice Manuel Castells: «en la era de internet, los tiranos tienen que contar con la capacidad de comunicación autónoma de la gente»¹⁴². La rapidez, el alcance, la incapacidad de frenar estos movimientos, así como la expresión de un paroxismo no contenido que fluye en las redes, conforman medios de comunicación altamente eficientes para la organización y la gestión de todo tipo de movimientos culturales, políticos, sociales, artísticos, etc.

Si internet inició el mayor proceso democratizador de acceso de la historia de la comunicación llegando a millones de hogares durante la década de 1990 y comienzos del siglo XXI, el teléfono ha hecho que la comunicación y la información sean ubicuas e instantáneas. Ya para el año 2007, había 3.300 millones de líneas de telefonía móvil en todo el mundo, lo que equivale a la mitad de la población mundial. La penetración en Europa rondaba el 100%, es decir, tantos usuarios como habitantes. Si los primeros internautas fueron «élites intelectuales tecnológicamente formadas, los usuarios originarios de la telefonía móvil serían élites económicas tecnológicamente dispuestas»¹⁴³. Pero el abaratamiento de los costes de producción premia un uso universal. Muchas ventas a bajo coste de producción, es la máxima que adoptó el modelo hiperpost-fordista. El teléfono también tuvo un periodo muy corto destinado a una élite, pero la tecnologización de la vida, especialmente del teléfono móvil, se expandió rápidamente a todas las edades a comienzos del siglo XXI.

¹⁴² CASTELLS, MANUEL: *Redes de indignación y esperanza* (Madrid, Alianza, 2015), p. 83

¹⁴³ DURÁN, *Industrias de la comunicación...*, p. 300.

Gráfico 15. Evolución de las ventas globales de música grabada según soportes. Periodo 2006-2008¹⁴⁴.



Fuente: Anuario SGAE 2007-2009.
Unidad: % de cuota de mercado según las ventas.

La *big data* ha transformado el tejido comunicacional. Ha influido en la creación de empresas que analizan infinitos datos de los usuarios. Datos que luego son incorporados y manejados por plataformas de contenido *media* como Spotify, Rdio, SiriusXM, MOG, BBC, MTV, Twitter, VEVO, Yahoo, Nokia, y otras. Las mayores empresas de *big data* del mundo son Amazon Web Services (AWS), HP Enterprise, New Relicity y MapD. No solo almacenan vídeos, música, o las fotos de nuestras vacaciones, sino nuestros mensajes, movimientos, compras, etc. También guardan información e importantes documentos de varios Estados, datos de empresas multinacionales, entidades financieras, etc.¹⁴⁵ Alquilar nuestra memoria individual y colectiva y cifrarla para su seguridad se ha convertido en un nuevo negocio digital.

En el mismo momento en que escribo estas líneas se han analizado casi 40 millones de canciones con una información de puntos de datos en torno al billón y medio¹⁴⁶. A la acumulación

¹⁴⁴ Hay que aclarar que los informes nacionales e internacionales han usado términos que no aclaran bien al tipo de soporte al que se refiere. Por físico entienden todo aquel soporte tangible y asible, es decir, el CD es considerado por ellos como un soporte físico. Por digital entienden la música online por suscripción exclusivamente de pago y dejan de lado todo el flujo que los archivos de pares trajeron desde finales del siglo XX (Véase capítulo 4).

¹⁴⁵ La película *The Circle* dirigida por James Ponsoldt en 2017 resulta interesante para analizar hasta que punto los datos almacenados en estas nubes pueden ser usados para transformar el curso de la historia. Otro ejemplo relevante lo da Vicent Mosco explicando el uso de la nube de Amazon para favorecer la presidencia de Obama en EE.UU. Vid. MOSCO, VINCENT: *La Nube: big data en un mundo turbulento*. (Barcelona, Intervención Cultural/Biblioteca Buridán, 2016), pp. 189-264.

¹⁴⁶ Vid. <http://the.echonest.com/> [10/03/2019].

de datos hay que añadir que los datos digitales pueden ser reproducidos, copiados, modificados, todo ello *ad infinitum* y sin dejar rastro de esta manipulación. Por supuesto, también pueden ser eliminados con un solo golpe de ratón. Por lo tanto, los archivos digitales son variados, volátiles, fluidos, inmateriales, accesibles, fácilmente manipulables, pero también frágiles y ubicuos.

La desintermediación es uno de los aspectos más relevantes a destacar en el papel que desempeña la era digital; la eliminación de parte de los intermediarios implicados en la distribución de música. Las tiendas físicas, las revistas dedicadas a la promoción de grabaciones, los programas televisados de música en directo, los concursos, la venta de soportes en grandes almacenes, supermercados, mercados y mercadillos de discos, ejercían de intermediadores entre la industria y los oyentes. Muchas de estas mediaciones desaparecerán con el triunfo de la música líquida. Pero el hecho de convertir la música en un flujo obligó a crear otras figuras, estructuras e intermediarios dispuestos a beber del ciberespacio. Algunos de estos nuevos intermediarios no son más que potentes industrias de la informática o proveedores de internet, pero otros actúan de lanzaderas para grupos desconocidos, como los agregadores, empresas que se dedican a establecer una serie de criterios necesarios a la hora de subir contenido a la red.

Aunque tal vez sea simulada, los usuarios ahora tienen más capacidad y se sienten más libres para tomar decisiones en torno a la música que desean escuchar. El hecho de que la radio ya no sea el medio más importante para la conformación del gusto, y que, además, deba compartir esta función con otros sistemas como las redes sociales o las plataformas de *streaming*, refleja que el oyente dispone de más medios a su alcance para diseñar y cubrir sus propias necesidades. Pero, aunque la creación para la conformación del gusto se haya diversificado, el control del usuario sobre sus escuchas es tan solo una ilusión, un control simulado, ya que el chequeo definitivo de lo que se sube a la red, en suma, de lo que se debe escuchar, lo que más se promociona a través de la elaboración y el manejo de algoritmos de búsqueda y para la elaboración de playlist, sigue estando fuera del alcance del oyente. La dictadura del dial ha sido reemplazada por la del algoritmo.

La informática e internet consolidó desde los años 90 modelos de acceso y distribución inéditos que ofrecen a los oyentes un universo de músicas. Ahora bien, sin negarlo, hay quien advierte que esta democratización solo es aparente, ya que «han propiciado la aparición de nuevas formas de obtener información privada sobre los usuarios, que es utilizada para ofrecerles una publicidad comercial más adaptada a sus gustos y comportamientos»¹⁴⁷, lo que en definitiva no es más que un consumo dirigido por los poderes económicos dominantes. En suma,

¹⁴⁷ RAMOS TOLEDANO, JOAN: *Propiedad digital. La cultura en internet como objeto de cambio* (Madrid, Editorial Trotta, 2018), p. 247.

el control de la industria, una vez aprendió a manejar los intersticios digitales y legislativos, siguió perteneciendo a un grupo reducido de empresas que acapararon la producción, distribución y consumo, a pesar del marcado carácter democratizador de cara a los usuarios.

Mención aparte merecen la calidad de los audios de la mayoría de las plataformas de streaming, cuya política suele ser la de ofrecer mayor calidad de sonido a los abonados que en la opción gratuita¹⁴⁸. Como dice el colaborador de *Diapason*, D'Emmanuel Dupuy, desmaterializar la música no debía ser sinónimo de empobrecimiento de la calidad¹⁴⁹. El acceso a las enormes bibliotecas de música ha llegado por el camino de la compresión del audio, sin embargo, creo que habrá una vuelta a aquel concepto de Hi-Fi perdido en la era del MP3. Las empresas de *streaming* son conscientes de que muy pocos de sus usuarios serían capaces de distinguir un archivo con calidad CD y el mismo archivo comprimido, pero también saben que el concepto de alta calidad ayuda a la construcción de diferentes estatus en los tipos de oyentes. Es decir, cuando la democratización tiende a eliminar los sesgos sociales de la audiencia, una buena medida para volver a clasificarlos jerárquicamente podría venir de un retorno a la cultura de la alta calidad Hi-Fi. Aquellos que estén dispuestos a pagar por la suscripción más cara y de mejor calidad, volverán a ostentar el púlpito del que fueron apeados en los ochenta y los noventa.

Recordemos que cualquier dispositivo portátil de reproducción de música con auriculares ofrece una privatización de la escucha, una individualización de las experiencias sonoras y la construcción subjetiva de mundos hiperreales que ayuda a la evasión del entorno real en determinados momentos del día. El teléfono móvil también da acceso a estos espacios subjetivados al mismo tiempo que abre una gigantesca puerta a todo el mundo que quiera entrar e irrumpir nuestra privacidad. En este sentido, el teléfono móvil es un modo de interacción mediada de todos a todos en el que el control no recae ya en uno mismo, sino en la familia, los amigos, el trabajo, la publicidad, o las empresas.¹⁵⁰ El MP3 portátil y el teléfono móvil actúan a modo de

¹⁴⁸ Vid. D'EMMANUEL DUPUY: "Léditorial", en *Diapason*, nº. 679, mayo 2019, p. 4. La francesa Qobuz presenta la excepción a esta regla con audios de calidad CD o incluso superior, opción que seguramente se irá implementado en otras plataformas a medida que se desarrolle la *big data* y la velocidad de las comunicaciones.

Spotify se está planteando audios con calidad CD para finales del año 2021; *vid.* <https://newsroom.spotify.com/2021-02-22/five-things-to-know-about-spotify-hifi/> [24/02/2021].

¹⁴⁹ *Ibid.*: «A contrario, d'autres acteurs ont fait le pari radical de la qualité. Une fois n'est pas coutume, une entreprise française a été pionnière en ce domaine: Qobuz. Il faut saluer le talent visionnaire d'Yves Riesel, son fondateur, un des premiers à avoir compris que la dématérialisation n'était pas forcément synonyme d'appauvrissement du message sonore, qu'elle pouvait même sur ce plan, grâce aux fichiers sans compression et sans pertes, supplanter le CD».

¹⁵⁰ BULL, *Sound moves...*, p. 71. La vigilancia está en la estructura misma del teléfono, desde el empleado del banco comercial al que no se le permite apagar su teléfono móvil en ningún momento so pena de ser despedido, hasta el control rutinario por parte de los usuarios sobre el paradero de sus parejas o de sus hijos. En este sentido el teléfono móvil no es tanto un sistema de comunicación voluntario como impuesto para la constante vigilancia en la que la línea entre el espacio privado y el mundo laboral se difumina.

«sherpas digitales» para los urbanitas, ayudándoles a navegar y gestionar su día a día, en comunión consigo mismo en el caso del MP3 portátil, pero ausente en el caso del móvil¹⁵¹. Así, el uso de estas dos tecnologías varía en función de las prácticas y de las necesidades personales de cada usuario. Para aquellos que priorizaban la privatización y personalización de su mundo auditivo, el MP3 portátil representaba el compañero ideal de viaje. Mientras, para aquellos que priorizaban la conectividad y el contacto ubicuo e instantáneo con su entorno cercano, preferirán el teléfono móvil.

Todo lo dicho hasta ahora parece estar empapado de cierto optimismo. Es bueno que el grueso poblacional pueda tener acceso a la información, el arte y la cultura. Los sistemas socio-técnico-culturales expandieron el conocimiento a través de las tecnologías de la información y la comunicación desde los cincuenta. La era digital y el acceso a internet a partir del tercer milenio crearon en todo el planeta espacios virtuales en donde poder hallar casi cualquier cosa. Pero poder acceder a la información y la cultura no garantiza que realmente se haga. Todo el mundo que tenga internet puede acceder a espacios virtuales plagados de cultura y arte, pero pocos son los que acceden. En enero del 2020 Lipovetsky advertía de que:

Uno de los mayores fracasos en las sociedades occidentales de la posguerra fue la “democratización de la cultura”. Se pensó que por abrir muchos museos muchas horas y con grandes obras gracias al dinero del Estado, mucha gente nueva se iba a incorporar a las visitas, pero no fue así. Si se fija, a través del tiempo a los museos siempre ha ido la misma gente. Los campesinos y los obreros de la construcción en general van poco. Es una cuestión de educación¹⁵².

Poder acceder a la cultura, aunque ayude, no garantiza la democratización cultural. Las que-rencias de quienes aprecian la cultura y de quienes no lo hacen tienen que ver con el capital cultural y el componente educacional, no tiene nada que ver con la conectividad. En apariencia la tecnología tiende a ampliar el conocimiento y la cultura de quienes acceden a ella. Pero esto no es así, se trata tan solo de un medio que lo posibilita. Tener acceso a internet puede suponer a priori una oportunidad en el manejo de conocimiento y productos culturales que de otra manera sería imposible adquirir para buena parte de los ciudadanos del mundo. Ahora bien, como afirma James Bridle: «La tecnología amplía el poder y el conocimiento, pero, cuando se aplica de manera desigual, también *concentra* el poder y el conocimiento». ¿A qué se refiere Bridle

¹⁵¹ BULL, *Sound moves...*, p. 85.

¹⁵² HERMOSO, BORJA: “El país semanal. Entrevista a Gilles Lipovetsky”, *El País*, 1 febrero, 2020, en https://el-pais.com/elpais/2020/01/28/eps/1580212910_212654.html, [1/02/2020].

con desigual? Se trata del acceso a una alta tecnología que establece diferencias entre quienes pueden y quienes no pueden utilizarla, y entre quienes saben y quienes no saben aprovecharla. En un mundo permanentemente conectado, cinco nanosegundos pueden suponer la diferencia entre perder millones de euros o ganarlos en un entorno bursátil. Que 3.900 millones de personas, es decir, poco más de la mitad de la población mundial, esté conectada a la red, no implica que las posibilidades de acceso al conocimiento especializado y científico, a la cultura y el aprendizaje, sean iguales para todos. La propia dinámica de la cultura hipermoderna provoca el abandono de un alto porcentaje de la población mundial del planeta por el conocimiento, una población que tiende más bien al entretenimiento rápido y las relaciones sociales volátiles. Además, la atomización del tiempo de ocio se ha llevado por delante la capacidad de discernir, de leer un artículo o un capítulo amplio, largo y concienzudamente trabajado, y de escuchar un álbum entero, una ópera o una sinfonía. La simplicidad, la instantaneidad, lo ubicuo, lo sensacional y las experiencias, son objetos de consumo inmediato en nuestra era posmoderna.

En economía, el catedrático Paul Collier analiza las circunstancias de lo que llama «el declive del Estado ético», explicando cómo se llegaron a descomponer las sociedades socialdemócratas¹⁵³. Tras la Segunda Guerra Mundial, afirma Collier, las desigualdades en los salarios eran mínimas, y el concepto de nación tenía cierto prestigio. Incluso los trabajadores mejor pagados «maximizaban la utilidad de su estima escogiendo dar preponderancia a la nacionalidad en lugar de a su trabajo». Pero con el tiempo, un número creciente de esos trabajadores recibieron una educación superior, consiguiendo trabajos mejor remunerados acordes a su especialización. Para un grupo importante de éstos, la nacionalidad dejó de ser el elemento compartido, concediéndole mayor importancia a su talento y su trabajo, maximizando de esta manera su autoestima. Pero quienes disponían de trabajos menos cualificados continuaron dando preponderancia a su nacionalidad, perdiendo a lo largo de tres décadas la autoestima heredada del estado del bienestar. Se produjo así una brecha educacional junto a una brecha social de calado en la que ambos grupos comenzaron a mirarse con recelo. Unos por no disponer de la misma renta, otros por no haberse sembrado un futuro. Creo que ésta podría ser una buena explicación histórico-social que confirme la idea de Lipovetsky sobre las desigualdades producidas en la democratización de la cultura desde los años cincuenta hasta el presente, cuando afirmaba que: «Los medios distan mucho de cumplir las promesas de una plena democratización de la cultura»¹⁵⁴.

¹⁵³ COLLIER, PAUL: *El futuro del capitalismo. Cómo afrontar las nuevas ansiedades* (Barcelona, Penguin Random House, 2019), pp. 76-80.

¹⁵⁴ LIPOVETSKY, GILLES: *Metamorfosis de la cultura liberal* (Barcelona, Anagrama, 2003, [2002]), p. 108.

Además de no llevarnos hacia una democratización real, podríamos preguntarnos si se trata, bien de democratizar los bienes culturales, o bien de permitir un acceso a la diversión y las experiencias en el sentido en el que Rifkin lo expresaba en *The age of access* (2000). La respuesta la ofrece de nuevo el propio Lipovetsky al afirmar en *De lo ligero* (2016) que el material audiovisual, al que llama «productos negros», «permite la democratización del universo de la diversión a través de la televisión y la música grabada»¹⁵⁵. Luego, lo que se busca no es tanto democratizar el acceso a la cultura como convertir la diversión en producto de consumo, algo que desde el punto de vista del ensayista francés Hervé Juvin, convierte a los medios de la cultura en la cultura misma. El fin de la cultura ya no es la salvaguarda de la cultura, ya que los medios han sustituido al medio en el mensaje, en el sentido que se expresaba McLuhan. Para Juvin ya no es necesario conocer lo que producimos pues la cultura-mundo ha eliminado la curiosidad y la conciencia, la cultura-mundo ya no facilita la comprensión del mundo, sino que todo se «oculta a base de ideas convencionales y buenos sentimientos»¹⁵⁶. Y si Lipovetsky afirma ser más optimista que Juvin, en realidad es igual de crítico cada vez que se dirige al consumo de masas; una perspectiva que recuerda una vez más los ensayos publicados por la Escuela de Frankfurt entre 1944 y 1947. Como afirma Lipovetsky con crudeza:

El advenimiento del capitalismo de seducción ha generado un diluvio de discursos críticos que denuncian sus efectos calamitosos sobre la cultura y la belleza. La nuestra es ya una sociedad que produce «contaminación visual» de los espacios públicos, que difunde programas caracterizados por la idiotez, la vulgaridad, el sexo, la violencia, en otras palabras, «tiempo cerebral disponible». La vulgaridad, el empobrecimiento estético, la nivelación a la baja, el infantilismo: tal es la obra del mercado que degrada y mata la verdadera cultura. Mientras el mundo se vuelve cada vez más feo y desagradable, los consumidores se transforman en borregos incultos. Hay algo criminal en la cultura del comercio absoluto¹⁵⁷.

En un sentido muy similar a este se expresaba Hervé Juvin:

La reproducción sin límites, la disponibilidad permanente y lo excepcional al alcance del clic cambian las condiciones del arte lo mismo que las de la creación. Sus medios devoran la

¹⁵⁵ LIPOVETSKY, GILLES: *De la ligereza* (Barcelona, Anagrama, 2016), pp. 34-35.

¹⁵⁶ LIPOVETSKY, *El Occidente globalizado...*, pp. 101-208. Véase también PATINO, BRUNO: *La civilización de la memoria de pez. Pequeño tratado sobre el mercado de la atención* (Madrid, Alianza Editorial, 2020, [2019]).

¹⁵⁷ LIPOVETSKY, *De la ligereza...*, pp. 43-44.

cultura. Su disponibilidad permanente cierra el acceso a ella. La cultura por un clic no es cultura de nada ni de nadie¹⁵⁸.

El filósofo español Manuel Cruz, observa en una línea similar que: «La omnipresencia de la tecnocracia ha generado una especie de irresponsable infantilismo, de debilidad del yo, que los hombres de la sociedad manipulada intentan remediar mediante su rígida identificación con poderosas colectividades»¹⁵⁹. El individuo se resiste a la ideología, y la individuación lo vacía de su contenido moral y social.

Según estas afirmaciones, todas ellas provenientes de la filosofía posmoderna cercana al posestructuralismo, el acceso, la inmediatez y la ubicuidad a las que nos conduce la era digital, terminan destruyendo la apreciación y la creación de la cultura en sentido amplio, y, por ende, de la música. Desmontan al individuo social para abrazar al individuo hedonista. Democratizar el acceso a la cultura la ha abocado a su propia devaluación como arte aculturando al individuo. Si los medios de masas han hecho proliferar un modelo de baja cultura ¿tal vez las teorías de Adorno no hayan sido tan tremendistas como se ha llegado a pensar, sino realistas? ¿O tal vez el periodo que cubre los años 1950 y 1979 hayan sido un espejismo que parecía conducir a modelos realmente más democratizados?

Salvo raras excepciones, no fue hasta comienzos del recién estrenado siglo XXI, cuando se comienza a hablar sin tapujos en las publicaciones periódicas de ficheros comprimidos, de la industria discográfica contra internet, de las nuevas multinacionales de distribución de música digital y en general de todo aquello que tuviese que ver con la música online. Aparecen anuncios de plataformas de música *streaming*, aunque todavía centradas en la descarga de los archivos¹⁶⁰. Cada vez que se habla de internet se hace para criticar la capacidad de destrucción que tiene para la industria y cuando se trata del MP3, es para demonizar el intercambio de pares y sus repercusiones en las casas discográficas. No se dieron cuenta de que la combinación de internet y los archivos comprimidos acabaría en el inevitable origen de las redes P2P, más tarde en las descargas prepago, y por último en el surgimiento de un nuevo modelo de distribución y acceso llamado *streaming*. Las publicaciones periódicas y los artículos de prensa trataron con excesivo recelo todo lo que tenía que ver con lo digital en el mundo líquido, lo contrario a lo que se hizo

¹⁵⁸ LIPOVETSKY, GILLES y HERVÉ JAVIN: *El occidente globalizado. Un debate sobre la cultura planetaria* (Barcelona, Anagrama, 2011, [2010]), p. 134.

¹⁵⁹ CRUZ, MANUEL: *Filosofía contemporánea* (Barcelona, Random Pinguin House Grupo Editorial, 2019, [2002]), p. 145.

¹⁶⁰ Véase como ejemplo *Ritmo*, diciembre (2001), pp. 7, 25.

con el CD desde 1982, que se proclamaría líder indiscutible de la era digital en un mundo todavía sólido y basado en la venta y la adquisición del soporte.

El influjo del “efecto 2000” tiñe buena parte de los artículos en torno al cambio de milenio:

Nuevos tiempos para la fonografía [...] La revolución digital no sólo va a afectar a los aficionados a la música del siglo XXI en la mejora de la calidad de la reproducción sonora, sino también, y principalmente, en los hábitos de consumo, medios de acceso y disfrute de la música grabada [...] Próximamente ya no habrá soporte físico que introducir en el reproductor. La música estará a nuestra disposición en grandes bases de datos, en donde por medio de distintos «portales» y «navegadores» de Internet accederemos a las obras y grabaciones disponibles para su audición, dentro de un entorno comercial completamente globalizado¹⁶¹.

La revolución digital a la que se refieren varios artículos dista mucho de aquella primera revolución iniciada en 1982 cuando surgió el CD para proclamarse heredero legítimo de la era analógica. Sin tener necesariamente que acudir a la fecha de publicación de los artículos, podríamos reconocer perfectamente en sus análisis, cuáles son las inquietudes y necesidades que reflejan nítidamente cada una de las tres revoluciones digitales que hemos señalado. Un editorial de *Ritmo* de febrero del año 2000, escrita en un tiempo en el que el MP3 ya había comenzado a romper los esquemas de distribución y el control de las discográficas, a la vez que se anticipaban nuevos modelos de distribución en *streaming* de iTunes Store, YouTube o Spotify, decía: «Estos cambios en la forma de acceder a las grabaciones fonográficas también implicarán un cambio en los hábitos y las formas del aficionado ante la audición musical [...]»¹⁶².

El MP3 portátil había hecho aparición casi dos años antes de esta publicación, al mismo tiempo que Napster desestabilizaba el mercado propiciando un revolucionario modo de descargas, algo totalmente inaudito. Sin entrar a juzgar las prácticas legales de su estructura y su funcionamiento, tampoco se puede negar que puso en contacto, con un tremendo potencial sin precedentes, a una gran comunidad anárquica internacional de melómanos, lejos del poder centralizador de las multinacionales y sin grandes inversores. Por este motivo Napster debería ser considerada la primera red social de la historia de internet pues puso en contacto a una quinta parte de los trescientos millones de usuarios de internet de todo el mundo¹⁶³. Napster no fue

¹⁶¹ Editorial: “Nuevos tiempos para la fonografía”, *Ritmo*, febrero (2000), p. 5.

¹⁶² *Ibid.*

¹⁶³ Aunque se considera a Napster la primera página para distribución pirata en línea, existían dos sistemas para el intercambio de pares llamados IRC (internet Relay Chat), y USENET, dos protocolos para la comunicación entre varios usuarios que fueron los antecesores de los foros, los blogs y los chats.

solo una herramienta para la descarga de música, sino que disponía de funciones de búsqueda y *chat*. Los motores de búsqueda inundaban los monitores con millones de canciones, estilos y grupos desconocidos por los oyentes hasta la fecha, y el chat permitía la interacción entre los usuarios contribuyendo a la construcción de identidades sobre el gusto y las modas, así como a la ampliación del repertorio.

Shawn Fanning y Sean Parker, diseñadores de Napster, «crearon la herramienta más peligrosa y revolucionaria de su tiempo, porque la batalla por el acceso y la democratización del conocimiento empieza con Napster y la primera gran guerra del copyright»¹⁶⁴. Napster debía ser necesariamente destruida para recentralizar y recuperar el mercado de la música. Si el modelo de venta centrado en el soporte físico estaba en manos de la industria, Napster venía a destruir su control democratizando el acceso gratuito a un sinfín de archivos. El siguiente paso de la industria consistía en recuperar ese control, pero ahora ya no de la distribución de discos sino de la música líquida. La solución al molesto Napster pasó en un principio por su adquisición en manos de Bertelsmann, uno de los mayores conglomerados mediáticos del mundo, con el objetivo de acabar con el sistema de pares de programa abierto y reconvertirlo en un sistema de escucha por suscripción.

En 1999 Universal, Seagram y Sony se lanzaron a la distribución de música *online*. No es extraño, con estos antecedentes, el interés que mostraron buena parte de los artículos de prensa de la época. Sin llegar a preguntarse por cómo se escucharía la música del futuro, al menos intuían la inmersión del oyente en la gran discoteca y la ubicuidad a la que se llegaría años más tarde. Quienes escriben a comienzos del siglo XXI viven inmersos en la segunda fase digital, aunque de un modo distópico anticiparon lo que estaba por venir en la tercera fase.

En el año 2001 iTunes surge como la perfecta solución a los problemas de sistema abierto y descentralizado de Napster. Pero en contra de lo que muchos creían que iba a suceder, iTunes Store no acabó de inmediato con la piratería. Dicho esto, su impacto a largo plazo consistía en afianzar los monopolios de la industria y restringir el acceso, en lugar de abrir nuevos medios de distribución. Presumiendo de una extensa biblioteca y alimentándose de la imagen de chico rebelde de Apple, Steve Jobs y iTunes fueron, sin querer, el mejor ejemplo para un manejo de los hábitos de consumo ilícito.

¹⁶⁴ PEIRANO, MARTA: *El enemigo conoce el sistema* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2020, [2019]).

Imagen 28: Cartel de ModerHumorist.com publicado en abril del año 2.000



En abril del 2000, un sitio web llamado ModerHumorist.com publicaba un cartel suscrito por la Recording Industry Association of America (RIAA) sobre uno de los temas más candentes de comienzos de siglo, la descarga ilegal de MP3. Los liberales estadounidenses se apresuraron a comparar las descargas de internet con el comunismo.

Las pocas referencias a los modos de escucha en revistas y publicaciones periódicas, o mejor, las pocas referencias a los tipos de oyentes, están asociados a las diferencias entre los estilos o a la capacidad a la hora de abordar la comprensión de la música, en una línea muy similar a la tradicional diferenciación entre alta y baja cultura. Un artículo de 1982 distingue tres grandes tipos de música: por un lado, las músicas que no participan de la evolución occidental y que se mantienen en lo que la compositora Marisa Manchado llama «nivel de comprensión estético»¹⁶⁵. Su función es «simbólica», de ritual y hasta «sagrada», muy al estilo del arte aurático de Benjamin. En segundo lugar, estaría la música culta, cuyo «conocimiento del código» evita su falta de comprensión; argumento similar al de Adorno y la escucha estructural. Por último,

¹⁶⁵ MANCHADO, MARISA: "Música, lenguaje..." en *Ritmo*, 1982, febrero, N.º. 519, pp. 9-11.

Manchado describe la música popular a la que llama de consumo o «música de poder», cuya finalidad es «el encubrimiento de determinados casos de alienación» y en definitiva una música que corre paralela al sistema capitalista de producción cuyos protagonistas suelen rechazar la música culta; de nuevo en la línea de la Teoría Crítica. Simplemente, con esta clasificación, Manchado se aproxima al modelo de la Escuela de Frankfort que había establecido distintos tipos y niveles de oyentes, criticando la música popular de consumo masivo y otorgando superioridad a la música clásica por el simple hecho de serla.

Con lo dicho hasta ahora, las palabras de Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid, fallan por completo, cuando afirmaba que los cimientos de la industria cultural en la era digital siguen residiendo en las industrias tradicionales, «aunque sean parcialmente reconvertidas y adaptadas a nuevos soportes y mercados»¹⁶⁶. Sí, es cierto que la industria sigue marcando los gustos y el consumo dirigido sobre todo de la música popular, pero no es menos cierto que la propia industria ha tenido que replantearse sus medios de distribución, y empezar a asimilar que el grueso de sus ingresos dejaría de provenir de la venta directa de los soportes físicos. Y de la misma manera que hoy podemos refutar unas palabras que Bustamante dejó hace dieciocho años, las nuestras seguramente puedan ser refutadas en mucho menos tiempo, dada la velocidad de cambio y la aceleración de los procesos sociales y tecnológicos a los que estamos sometidos.

¹⁶⁶ Citado en J. DURÁN, *Industrias de la comunicación...*, p. 50.

6.3. ESCUCHA OMNÍVORA

Spotify diferenciaba en 2018 cerca de 2.000 géneros diferentes de música. Un año más tarde reconocía 3.000 y en el año 2020, más de 5.000 géneros. Una novedad de Spotify en el año 2021 consistió en ofrecer a sus usuarios en el mes de diciembre un breve resumen de los minutos y el número de géneros musicales escuchados durante todo el año¹⁶⁷. ¿Se trata realmente de géneros? No. Llevar al extremo la hiperpersonalización de los contenidos a través del uso de algoritmos de recomendación no es más que una estrategia para cubrir las necesidades y los deseos del consumidor actual. No es más que un medio para acaparar sus sentidos destinado al beneficio. Un método de marketing que desarrollan a la perfección las plataformas de streaming. Cubrir las pseudo-necesidades del animal omnívoro ansioso de pseudo-cultura, para abarcar todos sus gustos y diseñar estrategias de consumo. Ésta es la auténtica finalidad. Hacer creer que se piensa en el oyente con el único objetivo de acaparar su atención. Nuestro tiempo destinado al ocio es convertido en su dinero.

Pero no podemos abordar el tema del oyente omnívoro sin antes mencionar unos breves conceptos. La música, como contenido de cultura y de consumo que es, puede ser analizada desde distintas perspectivas necesariamente incluyentes: el gusto, los hábitos, el consumo dirigido, la mercadotecnia, el mercado, la cultura social y la psicología. Las dos grandes teorías opuestas que se desprenden de esta ensalada de factores son la de la homogeneidad y la de la diversidad. Es decir, la del consumo de música homogéneo o uniforme, y la del consumo omnívoro. Las posibilidades de escuchar música grabada en la era analógica venían limitadas por la compra de soportes o por la escucha de la radio. En la era digital, y sobre todo en la última fase del streaming, es cuando el universo de la música grabada se pone al servicio global. Aunque inevitablemente hemos introducido algunas ideas previas en otros apartados sobre la omnivoridad, lo desarrollaremos aquí sucintamente.

Entenderemos por omnívoro aquel individuo diseñado para el consumo oportunista de cualquier tipo de contenido cultural y de ocio. Precisamente es su capacidad de adaptación a las condiciones del entorno y del contexto lo que le convierte en un sujeto con excepcionales características. Se alimenta de cuanto tiene a su disposición, se nutre de cuanto tiene alrededor. El entorno limitado de la modernidad constreñía su dieta, pero la proliferación de los medios de comunicación del siglo XX preparó su aparato digestivo para dar el gran salto a la glotonería.

¹⁶⁷ CANTÓ, PABLO: “Escuchaste 465 géneros’: por qué Spotify distingue entre tantos tipos de música” en *El País*, 5 diciembre 2020: https://verne.elpais.com/verne/2020/12/02/articulo/1606909760_903985.amp.html?__twitter_impression=true&s=09%3Cspan%20id=%22ms-outlook-android-cursor%22%3E!~OMSelectionMarkerEnd~

Un mundo global posmoderno que pone a su disposición todos los productos culturales del planeta. Productos que son presentados asiduamente, etiquetados y empaquetados por la empresa mediática. Cualquier animal omnívoro en cualquier lugar del mundo se nutre de los alimentos disponibles en su hábitat natural. Desde la informatización y la internet, el *homos omnivorus* ha aumentado su dieta de la cultura.

Acelerando los procesos mediáticos que se han dado en el siglo XX, la revolución del *streaming* ha hecho añicos los sistemas encorsetados de acceso y distribución tradicionales. La red de redes conecta todos sus nodos para que el acceso sea una realidad mediante el surgimiento de nuevos y variados canales.

Jacques Attali hablaba de «desorden» para referirse a la repetición mecánica de la música como consecuencia de la aparición de la grabación, es decir, la plasmación concreta del sonido en un soporte al que se pueda acudir repetidas veces. Y añadía que podía «crear las condiciones de un orden nuevo en el oyente»¹⁶⁸. Y así fue. La era que abrió el surgimiento de la fonografía también abrió nuevas prácticas, nuevos oyentes y nuevos modos de percepción.

Los recién aparecidos medios digitales pueden ser dirigidos bien hacia un consumo omnívoro, bien hacia el aislamiento en un pequeño nicho comercial como una pequeña burbuja de la cultura. Lo expresaba acertadamente Zygmunt Bauman poco antes de morir:

Los nuevos medios pueden facilitar (y, a la postre, favorecer) tanto que seamos culturalmente **omnívoros** como que practiquemos una **selectividad muy estricta** (a la vez que **caprichosa**) a la hora de recopilar información, construir redes y comunicarnos, que son, a fin de cuentas, las tres funciones (o usos) más comunes que damos a tales medios¹⁶⁹.

En cuanto al consumo de cultura, sin negar que la era del acceso favorece la omnivoridad y la selectividad estricta y caprichosa, no se puede discutir que ha destapado una práctica inédita en el consumo omnívoro de la cultura que antes no existía, o al menos, no tan exacerbado. Y esta es precisamente la principal característica de los medios de comunicación digitales, la multiplicación exponencial de potenciales en el acceso y su democratización.

Tampoco podemos negar los males desprendidos de la acumulación y el atiborramiento de contenidos, o la extrema facilidad en el acceso instantáneo y ubicuo. Como dice de nuevo Bauman en *Vida de consumo*: «Debido a la corta expectativa de vida que tiene la memoria pública,

¹⁶⁸ ATTALI, JACQUES: *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música* (Valencia, Iberia de Ediciones y Publicaciones, 1977).

¹⁶⁹ BAUMAN, *Retrotopía...*, p. 86. (La negrita es suya).

una cantidad inimaginable de estilos retro, toda clase de refritos, reciclados y plagios posibles se agolpan disfrazados de novedades recientes en el limitado espacio de atención de los fanáticos de la música»¹⁷⁰. Se refiere a las consecuencias que tiene el consumo en las modernas sociedades líquidas tanto por la rapidez en el acceso como por la cantidad de música disponible. Una desvalorización de los contenidos en base a su exceso y pronta adquisición, elementos ambos que garantizan la dispersión y la distracción.

Pero una cosa es la posibilidad de acceder a los contenidos que aquí identificamos como un avance democratizador y otra cosa bien distinta el uso que de este acceso se haga. Por ejemplo, las bibliotecas municipales y estatales están más llenas de libros que nunca en la historia, pero cada vez son menos quienes acuden a ellas. Las oportunidades de crecer son las mismas para todos, pero el uso que hacemos de esas oportunidades es muy diferente para cada individuo. No nos detendremos a discutir que el contexto, el capital cultural, económico y el contexto geográfico, pueden ofrecernos algunas razones para ello. Simplemente recordemos los efectos calamitosos que Lipovetsky destacaba sobre la cultura y la belleza como resultado del advenimiento del capitalismo de la seducción.

El consumismo en la modernidad líquida es descrito por Bauman como una «[...] gula omnívora y glotonería indiscriminada [...]»¹⁷¹. Consumir mucho, de todo tipo y a todas horas gracias a que el mostrador está siempre colmado. Bauman reconoce una diferencia importante entre la élite cultural previa a la modernidad líquida y la nueva élite, difícil de reconocer en la actualidad dado su empeño en calidad de omnívoros; «en su repertorio de consumo cultural hay espacio para la ópera y también para el *heavy metal* y el punk, para el “arte elevado” y también para la televisión comercial, para Samuel Beckett y también para Terry Pratchett»¹⁷². Si en la era analógica el acceso a la música venía dado por factores como la geolocalización, el contexto cultural, social, económico y político, la era digital nutre de todo contenido de manera globalmente.

Una consecuencia de la cultura omnívora es que erige un tipo de individuo no comprometido en una sociedad abarrotada de prejuicios, un subordinado dispuesto a arder en deseos de deleite barato, rápido y fácil de entender¹⁷³. En este sentido, aplicado a la música, la omnivoridad confecciona un oyente que “picotea” constantemente, absorbe con facilidad las modas, oye músicas que pertenecen a tendencias cada vez más efímeras y con las que se siente indiferente. Como

¹⁷⁰ BAUMAN, *Vida de consumo...*, p. 63.

¹⁷¹ *Ibid.*, p. 65.

¹⁷² BAUMAN, ZYGMUNT: *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México, Fondo de Cultura Económica, 2013, [2011]), p. 9.

¹⁷³ BAUMAN, ZYGMUNT: *Vida líquida* (Barcelona: Planeta, 2015, [2005]), p. 47.

vimos con la escucha atomizada, el 60% de las canciones buscadas en Spotify no pasan de los veinte segundos de escucha. Paradojas posmodernas: el acceso a los contenidos canaliza el crecimiento de la democratización al mismo tiempo que devalúa el arte e incita al consumo atomizado y disperso.

Para Bauman la omnivoridad puede resultar un problema tanto en cuanto la élite cultural esté «tan ocupada siguiendo hits [sic.] y otros eventos culturales célebres» que no tenga tiempo «para formular nuevos cánones de fe o convertir a otros»¹⁷⁴. De esta manera, y tal vez siguiendo los postulados de Bourdieu, Bauman parece señalar el gusto por lo omnívoro como algo que pertenece a una masa indefinida, con importante presencia de una baja cultura que emplea «una tecnología inventada para [la] creación y la protección de divisiones de clase y jerarquías sociales»¹⁷⁵. Es decir, que el consumo omnívoro de música (y la cultura en general) parece ser un constructo organizado por la clase dominante dirigido a la baja cultura. También bajo un nítido prisma bourdieuano, el sociólogo cultural Nick Prior, considera que internet «es un lugar de inmensa circulación, descubrimiento y diferencia, pero también es una malla en la que se magnifican la vigilancia, la censura, el acoso y las patologías sociales y en la que la música está sujeta a lógicas de distinción, conflicto y regeneración»¹⁷⁶. Entonces, estas lógicas de la distinción están sujetas al control de grupos mediáticos dominantes que empoderan unas músicas sobre otras con un claro objetivo político.

El sujeto posmoderno es un individuo desgajado del compromiso social. Es un individuo sin individualidad. Un sujeto manejado para la repetición de unas determinadas actitudes compartidas por centenas de millones de individuos. La particularidad, lo peculiar, lo propio, se ha evaporado. «Aquella armonía entre individuo y sociedad» de la que nos habla el filósofo español Manuel Cruz se ha desvanecido en un mar de individualidades. Un individuo que ya no es tal sino un «pseudoindividuo» con carácter homogeneizado:

Hoy, en la fase del capitalismo monopolista, con la burocratización y centralización del proceso económico y social, acaso a lo que estemos asistiendo sea un auténtico proceso de liquidación del individuo por parte de la sociedad, y a su sustitución por un pseudoindividuo estándar,

¹⁷⁴ BAUMAN, ZYGMUNT: *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México, D.F: Fondo de cultura económica, 2015, [2011]), p. 10.

¹⁷⁵ *Ibid.*, p. 11.

¹⁷⁶ PRIOR, NICK: *Popular music, digital technology society* (Londres, SAGE Publications Ltd, 2018), p. 54: It is a place of immense circulation, discovery and difference, but it also is a meshwork where surveillance, censorship, harassment and social pathologies are magnified and where music is subject to logics of distinction, conflict and recuperation. [Traducción propia].

modelado por la planificación, por los grandes medios de comunicación de masas y demás aparatos homogenizadores¹⁷⁷.

Hasta que la calidad de las grabaciones no alcanzó el nivel de los años 1920 con la electricidad y la microfónica, la radio no divulgaba más que fragmentos de música en vivo. Pero cuando las emisoras empezaron a difundir grabaciones a través de la frecuencia modulada (FM) —de mejor calidad que la AM—, el fenómeno de la música mundial de masas alcanzaría su punto álgido gracias al rock y el pop de los sesenta y setenta. Por ello: «Era previsible que la mundialización de la música comportaría una homogeneización definitiva, una especie de entropía musical donde los estilos, las tradiciones y las diferencias acabarían por fundirse en una misma masa uniforme»¹⁷⁸.

El profesor del Departamento de Estudios Culturales y Medios de la Universidad de Río de Janeiro, Denis de Moraes, cree que las identidades regionales quedan subvertidas por los grandes grupos mediáticos a identidades colectivas con el simple afán de incrementar las ganancias¹⁷⁹. Lo mismo opina Umberto Eco que arguye que los *mass media* se dirigen a un público heterogéneo en el que se especifican las «medidas del gusto», evitando las soluciones originales¹⁸⁰. Para Eco, al difundirse por todo el globo una misma cultura homogénea se acaba por destruir las características de cada grupo étnico. Por estar inmersos en un circuito comercial, la cultura de masas se somete a la oferta y la demanda, sugiriendo al público lo que debe desear y alentando una visión pasiva y acrítica de la realidad.

Volviendo a la mirada sociológica y económica de Manuel Castells, son dos las causas que han llevado a este cambio de mutaciones en el paisaje internacional de la música. Una tiene que ver con transformaciones generales en la economía y la sociedad (viajes, globalización del estilo de vida urbano, movimientos culturales, etc.). El otro factor tiene que ver con las nuevas condiciones económicas y técnicas de la grabación, la distribución y la audición de la música.

Para otros, por el contrario, internet permite que el consumidor elija de manera instantánea y satisfactoria dentro de la carta musical jamás imaginada. Así, el *streaming* debe conseguir (o hacer parecer) que el gusto de los consumidores se omnivorice, y que las personas puedan filtrar la información relacionada con los estilos de música por los que se muestran interesados. Los

¹⁷⁷ CRUZ, MANUEL: *Filosofía contemporánea* (Barcelona, Random Pinguin House Grupo Editorial, 2019, [2002]), p. 138.

¹⁷⁸ CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. La sociedad red*, vol.1. (Madrid, Alianza Editorial, 2016 [1997])

¹⁷⁹ D. DE MORAES, *Medios, poder...* p. 41-42.

¹⁸⁰ ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2016, [1968]), p. 63.

estudios de Richard A. Peterson y John Ryan de 2002 en el proyecto denominado Survey2001, demuestran que existe una relación directa entre un mayor uso de internet y una mayor tendencia omnívora que parece formar parte de una «curiosidad activa y no mediada. [...] Estos resultados iniciales sugieren claramente que el mayor uso de internet hace que aumente la variedad de los gustos musicales»¹⁸¹.

El modo de comunicación occidental establecido junto a la escritura alfabética en torno al 700 a.C. en Grecia y más tarde en la imprenta del siglo XV, establecieron unos modos comunicacionales cuyas expresiones escriturales se han impuesto a lo largo de 2700 años de historia. La forma en que el conocimiento y la cultura se han transmitido durante este tiempo han gravitado alrededor de la palabra escrita como eje principal para su propia preservación. Con el cine, la radio, la televisión y con Internet desde el último cuarto del siglo XX, los medios de comunicación informacional se han dirigido hacia un metalenguaje que contienen tanto elementos escritos como orales y audiovisuales, proporcionando un hipertexto inexistente en los medios de comunicación tradicionales¹⁸².

En la actualidad, la descentralización, la diversificación y la personalización que ofrecen las nuevas redes de comunicación, están disipando buena parte de los textos escritos en soporte físico. Por su parte la música digital está contribuyendo a crear ámbitos de interacción y transmisión desconocidos hasta hace bien poco. Gracias a internet y al *streaming*, la centralización de la producción de música, a pesar de la fuerza globalizadora de las *majors*, está consolidando nuevos nichos de producción en manos de los usuarios, está diversificando los públicos y adaptando constantemente los contenidos. Recordemos a Castells: «Los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe [...]»¹⁸³. Aunque los medios de comunicación están interconectados a escala global, la idea de una aldea global cultural, si no tiende a desaparecer del todo, sí que ha construido una red que «ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje»¹⁸⁴.

Anacleto Pons cree que estamos viviendo una triple revolución asociada al texto digital. Según él, estamos modificando la técnica de producción y reproducción de textos, alterando el

¹⁸¹ RICHARD A. PETERSON y JOHN RYAN: “La musa sin cuerpo”, en HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (ed.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), pp. 275-277. Aunque se trata de los primeros estudios sociológicos entre la relación del uso de internet y el gusto omnívoro, los resultados muestran una relación directa entre ambos.

¹⁸² CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. La sociedad red. Vol. 1* (Madrid, Alianza Editorial, 2016 [1997]), p. 399.

¹⁸³ *Ibid.*, p. 412.

¹⁸⁴ *Ibid.*

soporte, y trastocando las prácticas de lectura¹⁸⁵. Si por textos entendemos música, se cumplen a la perfección estos tres elementos a los que alude Pons: con la música digital los nuevos soportes modifican los modos de producción y reproducción. Al modificar las formas de transmisión se transmutan los modos de consumo. Y, como en general la tecnología virtual no sustituye la actividad real sino que la complementa, la omnivoridad aumenta provocando nuevos modos de escucha.

En el capítulo de la música desatenta vimos cómo Umberto Eco y Jaime Hormigos armaban un discurso en cuanto al valor conferido a la música en vivo por un lado y a la música grabada por otro. No estoy de acuerdo con esta visión intelectualista sobre el valor apreciativo de la música que parece crear tipos aurales de oyentes en función de las clases sociales y de su distinto modo de acceder a la música. Ambos argumentan que la música enlatada procura una especie de pereza cultural, y que los mecanismos de consumo acaban conformando una serie de productos centrados en unas músicas y artistas muy específicos. Conducen a hacernos pensar que determinados capitales culturales tienden más hacia la omnivoridad cultural ya que disponen de un mayor acceso a las experiencias en vivo. Sin embargo, hoy se consume más música que en ningún otro momento de la historia y la mayor parte de esa música proviene precisamente de las grabaciones. La grabación y su reproducción han permitido un acceso más democrático y omnívoro a aquellas clases que no tenían posibilidades de escuchar música en vivo. Que alguien no pueda participar del ritual burgués no indica que no tenga acceso a otro tipo de cultura. Que tenga acceso y no busque la cultura, eso sí que es un problema. Por tanto, la democratización al acceso no infiere necesariamente la democratización de la cultura.

En este punto, podemos observar dos procesos al mismo tiempo: por un lado, la creación de un *homos omnívorus*; y por otro, el mantenimiento de nichos de oyentes que todavía no han sido mundializados en sus gustos. Es lo que Castells llama, refiriéndose a la música popular, «lo universal sin totalidad». Universal porque llega a todos, sin totalidad porque los estilos son múltiples, se transforman con rapidez y se renuevan constantemente. También es importante señalar a esa generación de oyentes que se mantienen fieles a sus estilos y no se dejan influir por las modas imperantes. Así, los modelos de consumo de música pueden dividirse en consumo global y consumo local.

Existe un tipo de oyente en la era del acceso que es un buscador activo de música. Dispone de tantísima música ante sí que puede permitirse picotear, enredar en una infinitud de músicas, buscando aquello que mejor se acerca a sus intereses. Se especializa en la búsqueda conforme

¹⁸⁵ PONS, *El desorden...*, p. 70.

a su contexto sociocultural-económico. Suele ser, en general, un oyente omnívoro que se siente cómodo en las micro escuchas¹⁸⁶. Un tipo de escucha plástica que se ha emancipado de la escucha estructural gracias a la música digital.

También se puede dar el efecto contrario, que el acceso a la música en la era digital provoque que pasemos de una búsqueda activa (como la que teníamos en la era analógica, sobre todo en las tiendas de discos), a permitir una búsqueda inactiva o pasiva en plataformas como Pandora o Spotify. Hay quienes desean que los algoritmos busquen por ellos, algoritmos que sustituyen nuestra búsqueda activa de nuevas músicas y estilos. En definitiva, un tipo de escucha que parece aleatoria, como la reproducción en modo *shuffle* del iPod, pero que incide en nuestros gustos de manera muy precisa. Es por eso por lo que dejarse llevar por las recomendaciones provoca una actitud poco comprometida. Los fuertes contrastes que generaba el modo *shuffle* en los reproductores de música eran mucho más incoherentes, pero resultaba atractivo al oyente experimentar esa aleatoriedad. Hoy el modo *shuffle* del streaming obedece a un diseño nítido con objetos definidos que movilizan ingentes cantidades de música y dinero.

La idea de una universalización del gusto dirigido desde la industria es contradictoria con la idea de consumo omnívoro que ofrecen las plataformas de *streaming*. En principio no tiene demasiado sentido que al mismo tiempo que se intenta imponer un orden del gusto se ofrezca la capacidad omnívora de consumir cuanto sea posible. Pero ya dijimos que la industria ha pasado a formar parte de los consejos de administración y a participar del capital riesgo en categoría de inversores. ¿Por qué, entonces, al mismo tiempo que se ofrece todo el contenido, se dirige la escucha hacia determinadas músicas?

El aniquilamiento de las civilizaciones musicales autónomas, y el auge de la música de consumo rápido, contrasta de pleno con las ideas procedentes de las teorías globalistas que intentan demostrar que la globalización no elimina las culturas existentes, sino que amplían el espectro cultural. Puede que la disyuntiva radique en que el concepto de cultura usado en la actualidad es heredado de las prerrogativas intelectualistas del siglo Ilustrado. Unas prerrogativas relacionadas con la formación del espíritu y del progreso intelectual, que, en música, estaba representada por el ballet, la ópera y el concierto. De esta manera es como se equipara el concepto de cultura en general, al concepto de una cultura de las élites. Un estatus que les daba acceso a todas las artes y los bienes culturales al mismo tiempo que abanderaban los conceptos de progreso y civilización¹⁸⁷.

¹⁸⁶ Recordamos que el 60% de las canciones que se buscan en Spotify no superan los 20 segundos de escucha.

¹⁸⁷ El mismo acceso a Internet fue un proceso que pasó de pertenecer de una élite a convertirse en algo popular con extraordinaria rapidez en el transcurso de los noventa. *Vid.* GRISWOLD, WENDY y NATHAN WRIGHT: "Internet

En la segunda década del siglo XXI se nos ha hecho creer que todo está al alcance de nuestras posibilidades, al mismo tiempo que se nos ocultan las sofisticadas técnicas empleadas en el desarrollo algorítmico y la Inteligencia Artificial. Nos quieren hacer creer que no es ciencia ni tecnología, sino magia. Aunque en realidad, más que el algoritmo en sí, nos esconden sus fines para los que han sido diseñados. Parece que un pequeño grupo de expertos, que ya no forman parte de la élite cultural sino tecnológica, bajo los dictámenes de corporaciones, empresas, e inversores de capital riesgo, y que ya no pertenecen a la burguesía tradicional sino a la actividad empresarial, exprimen la información (nuestra información) para ofrecernos la ilusión de que nuestros deseos son órdenes para ellos. Lo más preocupante es que hasta esos deseos son formulados e impuestos desde la propia empresa; «apetitos imaginarios», los llama David Harvey¹⁸⁸. El peligro de nuestra retórica posmodernista radica en que «es peligrosa en la medida en que se niega a enfrentar las realidades de la economía política y las circunstancias del poder global»¹⁸⁹.

Ya vimos la faceta de la producción de contenidos que abría la era digital, de la que Pierre Lévy dice al respecto:

Mucho más aún, si el espectáculo (el sistema mediático), según los situacionistas, es el colmo de la dominación capitalista, entonces el ciberespacio realiza una verdadera revolución, puesto que permite —o permitirá pronto— a cada uno dejar de lado al editor, al productor, al distribuidor, a los intermediarios en general, para dar a conocer sus textos, su música, su mundo virtual o cualquier otro producto de su espíritu¹⁹⁰.

No es discutible que el ciberespacio pueda convertir a cualquiera en productor de contenido, como hemos demostrado en el apartado sobre la democratización, y somos conscientes de que esta producción escapa al control de la industria hasta cierto punto, pero el manejo, la publicidad, la mercadotecnia, las últimas decisiones, siguen estando en manos de las grandes corporaciones. Puede que Justin Biber se diese a conocer en YouTube, pero no fue hasta que la industria apostó definitivamente por él cuando rompió los límites virtuales para llenar estadios, grabar discos y hacer entrevistas en televisión y radio. El poder democratizador de internet proclama una vida de oportunidades muy al estilo del gran sueño americano.

y la lectura”, en HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (eds.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), pp. 245-260.

¹⁸⁸ HARVEY, DAVID: La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990]), p. 122.

¹⁸⁹ *Ibid.*, p. 138.

¹⁹⁰ LÉVY, *Ciberespacio...*, p.221.

En el año 1985 la industria vendía doscientos millones de discos, y la mayoría de la población mundial tenía una radio de la que emanaba música en un 50% de la programación total diaria. El 98% de la música que sonaba se hacía través de un altavoz o un auricular y tan solo el 2% era música en directo. En la década de 1980 los oyentes consumían un promedio de unas dos horas diarias de música en los países desarrollados. En el siglo XXI esa cifra se ha duplicado y el consumo de música es prácticamente global¹⁹¹. En el año 2019 el 89% de la población mundial escuchó una media de 19,8 horas semanales de música en streaming. En los últimos treinta años el sureste asiático y Suramérica han incrementado exponencialmente el acceso a la escucha de música *online*. En suma, más oyentes, más tiempo, mayor acceso, más música, en más lugares del planeta.

La escucha dirigida a unos pocos se desdibuja en favor de la escucha masiva y el consumo omnívoro de contenidos. Ya no es tan relevante llegar a un gran público mediante una grabación importante como llegar a muchos públicos a través de muy diversos artistas y géneros. Lo que en definitiva cuenta es nuestro tiempo disponible, no la calidad de la escucha, ni siquiera lo que escuchamos. Todo se dirige a conservar nuestra atención cuanto tiempo sea posible. Una economía que ha sustituido la atención por la aceleración y la satisfacción por la adicción¹⁹². La absoluta personalización de los contenidos ofertados deriva en consumo omnívoro. El 65 % de la población escucha pop, el 57% rock, el 32% dance/electronic/house, el 30% consume música de películas o TV, el Hip-Hop junto al Rap y el Trap es apreciado por un 26% de la población mundial, el 24% se deleita con música clásica, y, el R&B, el Soul, el Blues y el Metal están en este momento por debajo de la clásica¹⁹³. En contra de lo que una mayoría opina, plataformas como YouTube no hacen otra cosa que impulsar la escucha de músicas minoritarias, y la clásica es un buen ejemplo¹⁹⁴. Tal vez lo hagan desde mecanismos alejados de las tradiciones culturales, pero debemos reconocer que gracias a internet, hoy se escucha más música clásica que nunca antes en la historia.

La letanía quejumbrosa que afirma que la música clásica está desapareciendo y que internet es su verdugo, no es cierta. De hecho, nunca fue cierto cada vez que la industria se lamentó de ello. Siempre hemos dicho que la clásica representa un nicho de consumo pequeño en la industria comparada con la música popular, pero el hecho de que una cuarta parte de la población

¹⁹¹ Datos extraídos de J. L. CAMPOS, *Cuando la música cruzó la frontera digital* (Madrid, Biblioteca Nueva, 2008), pp. 44-45.

¹⁹² PATINO, *La civilización...*, p. 31.

¹⁹³ Informe IFPI Music Consumer Report 2019 en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

¹⁹⁴ NORMAN, HENRY: "YouTube: the un-destruction of classical music", *Gramophone*, 11, junio, 2013, en <https://www.gramophone.co.uk/blog/the-gramophone-blog/youtube-the-un-destruction-of-classical-music> [25/03/2019].

mundial escuche música clásica, debe ser tomado, precisamente, como buen reflejo de nuestras escuchas omnívoras. Las razones se hallan en la democratización del acceso a los contenidos, la inmediatez, la amplia discoteca y la comodidad de la escucha tanto en el hogar como en la escucha portátil.

Quienes auguraron una igualación del gusto como consecuencia de los procesos globales dominados por la industria, sin dejar de tener buena parte de razón, también debieron ser conscientes de que en países como Argentina, México y Brasil, más del 50% de la música que se oye pertenece a géneros locales y tradicionales como el Reggaeton, la música regional mejicana y la Samba, respectivamente. Algo similar ocurre en Japón. Por lo visto, tanto la cultura oriental como la suramericana tienden a reforzar lazos con sus músicas tradicionales y de producción nacional. Coincide que esos tres países suramericanos que hemos citado, países emergentes en el desarrollo tecnológico, son los que más usan el móvil para acceder a sus propias músicas, con cerca del 90% de la población total. Entonces, ¿podemos afirmar que los procesos globalizadores del gusto están teniendo más peso en los países desarrollados altamente industrializados y tecnologizados que en los países en vías de fuerte desarrollo? Por lo que se desprenden de los datos que ofrece la industria, parece ser que sí.

La mayoría de los oyentes de hoy escuchan música desde su móvil (75%), sobre todo los jóvenes de entre 16 y 24 años (94%). En las redes sociales también se discute sobre música. Para ello, un 35% de los jóvenes usan el WhatsApp, el 23% Instagram y el 30% Facebook. Parece que las redes sociales suponen el mejor medio para compartir identidades musicales entre los más jóvenes¹⁹⁵. Esta es una de las pocas actividades que escapa, en cierta medida, al control de la industria.

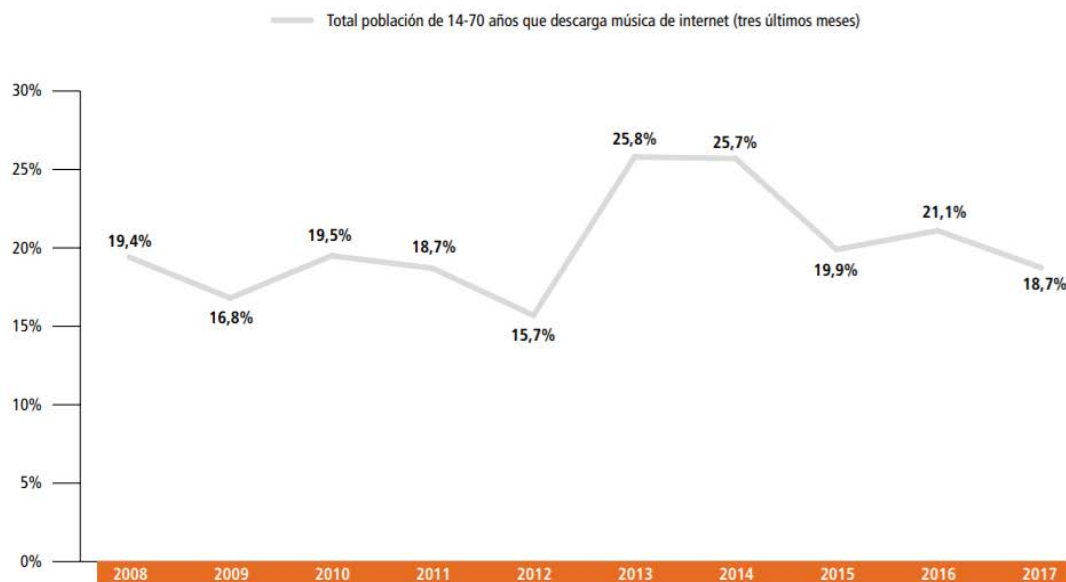
El exigente consumidor digital de cultura exige nuevos formatos que puedan interconectarse y reproducirse en diferentes sistemas. Prefiere la opción de ver una película o escuchar una música a través de varios sistemas y rechaza los medios tradicionales. Piden escuchar música a través de sus aparatos domésticos, transportables, ubicuos y miniaturizados, pero lo que buscan es mantener el control del qué, el cómo y el cuándo escuchar música.

En el año 2000, el 69% de los jóvenes españoles afirmaron que la música era una de las actividades en las que menos dinero gastaban. El 70% de los jóvenes grababa música de sus amigos, el 52% compraba música en tiendas, el 26% bajaba música de internet, el 24% compraba música pirata y el 17% la grababa de la radio. Todas estas prácticas han desaparecido casi por completo en la era del streaming. Ya en el año 2017, el mercado físico representaba

¹⁹⁵ Informe IFPI Music Consumer Report 2019 en <https://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi>

tan solo un 34,2% de las ganancias frente al 65,8% del mercado digital. Ha sido un cambio tan brusco y acelerado que los anuarios ya ni siquiera se hacen eco de las descargas o la compra pirata, limitándose a diferenciar tan solo los dos grandes bloques de consumo, el físico y el digital. El caso de España sigue siendo peculiar, si lo comparamos con prácticas de escucha de otros países, puesto que la descarga de música se mantiene inalterable prácticamente desde que apareciera el *streaming* en torno al año 2005. A pesar de que el 18,7% de los cibernautas españoles sigan bajándose música ilegal, ello quiere decir que la música que mayoritariamente se escucha es música líquida.

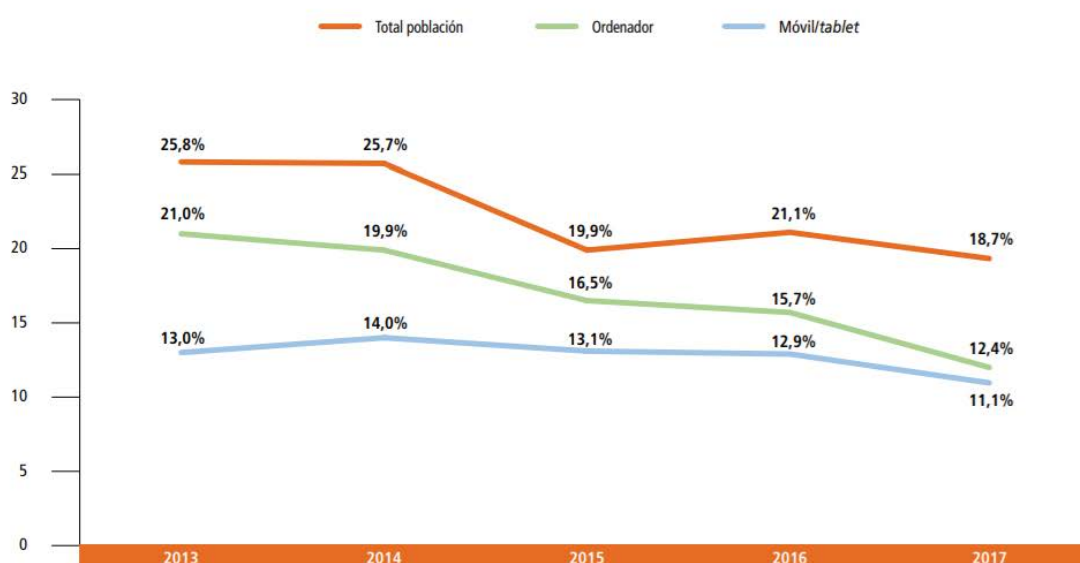
Gráfico 16: Porcentaje de individuos que descargan música desde internet en España. Periodo 2008-2017.



Unidad: % de individuos que descargan música desde internet en España en los últimos tres meses o menos. Fuente: Anuario SGAE 2018, p. 29

Debemos tener en cuenta que la música descargada se hace ahora a través de distintos dispositivos móviles, una práctica que a comienzos del siglo XXI quedaba reducida al ordenador.

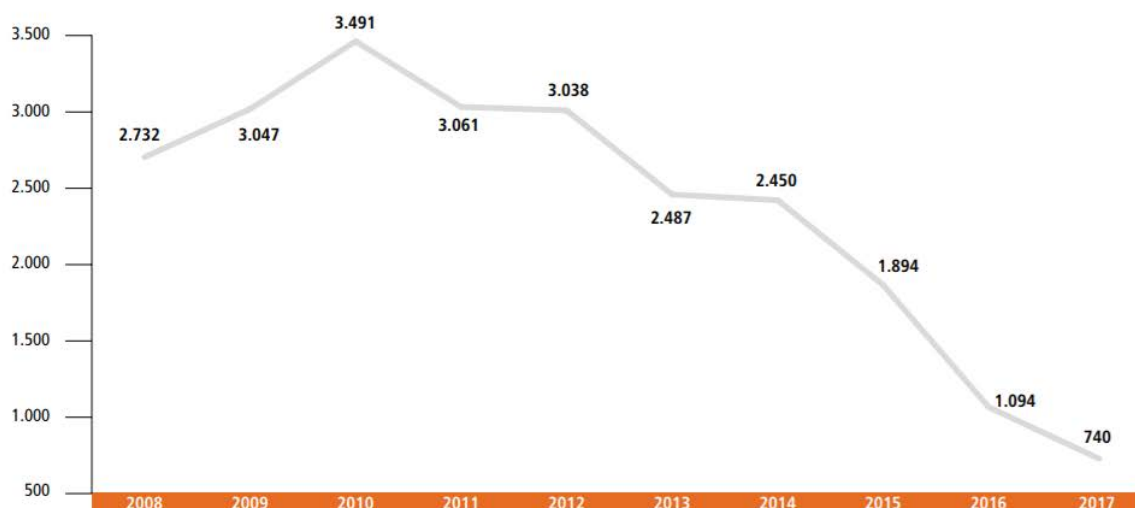
**Gráfico 17: total población 14-70 años que descarga música por tipo de dispositivo (%).
Evolución 2013-2017.**



Unidad: % de individuos de 14 a 70 años que han realizado una descarga de música en los últimos tres meses o menos.

Fuente: Anuario SGAE 2018, música grabada, p. 30

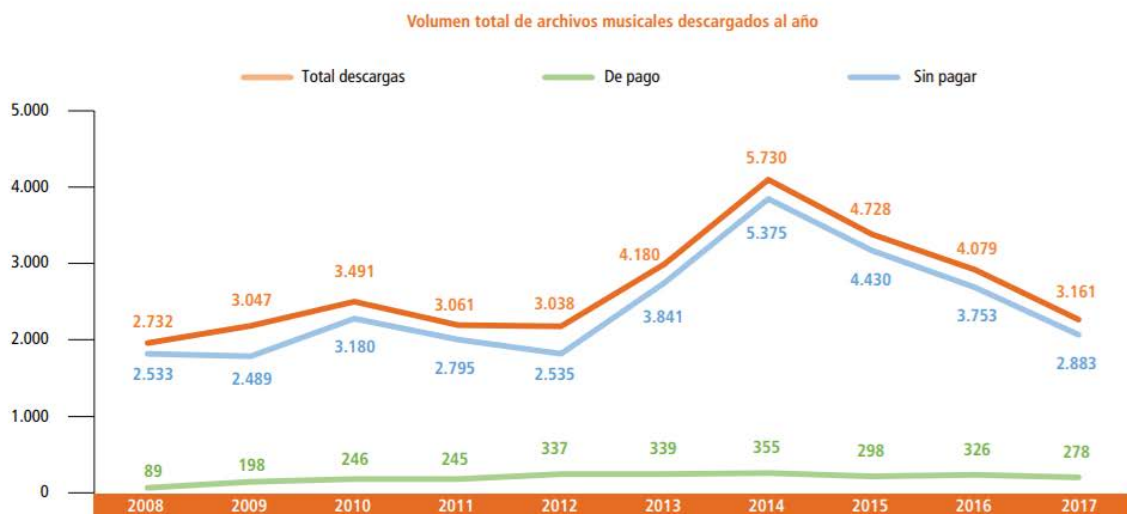
Gráfico 18. Evolución de las descargas de música por ordenador. 2008-2017.



Unidad: millones de descargas.

Fuente: Anuario SGAE, música grabada, p. 32

Gráfico 19: Evolución del total de descargas de música en todos los dispositivos. 2008-2017.



Unidad: millones de archivos musicales descargados por individuos de 14 a 70 años en los últimos tres meses o menos.

Fuente: Anuario SGAE, música grabada p. 33.

Observamos en las gráficas anteriores que en el caso concreto español, la descarga sigue siendo una práctica habitual aunque ha diversificado los dispositivos utilizados para ello. La crisis del 2007 obligó a retomar la práctica de la descarga hasta el año 2014 en que volvería a descender.

Además de para ofrecer una música individualizada según los gustos particulares, los algoritmos también se emplean para crear comunidades sociales que compartan gustos y escucha de música similares:

Aunque este tipo de servicio basado en la web es una práctica habitual en las plataformas de las redes sociales, es justo preguntarse hasta qué punto los algoritmos son realmente adecuados para generar contextos relevantes como marco explicativo para explorar piezas musicales más allá del simple acto de escucharlas¹⁹⁶.

¡Cuán relevantes son los algoritmos para generar marcos explicativos sobre la escucha! Una misma plataforma pone en contacto a usuarios con perfiles similares. Pero no queda ahí la cosa. Recordemos que las plataformas venden la información de sus usuarios a otras plataformas o empresas para focalizar la venta de música y otros productos de manera individualizada y

¹⁹⁶ Citado en BRIAN J. HRACS, *The Production...*, p. 242.

personalizada. Por otro lado, los algoritmos generan desvíos. Cualquier plataforma acaba llevando al oyente a escuchas alejadas de las búsquedas iniciales, aportando opciones de escucha que refuerzan el carácter y el consumo omnívoro, aunque se traten de opciones dirigidas por los mercados.

En la fase del CD y la fase del MP3, este tipo de información analítica estaba centrada en el número de ventas y de éxitos, pero también el número de fracasos. Las ganancias de aquellos discos que acaban triunfando eran capaces de soportar las pérdidas de la gran mayoría de discos que no cuajaban en la audiencia. Por el contrario, la era del *streaming* prioriza el conocimiento de los gustos y dispone de medios para conocer lo que de verdad se escucha en la red. El *streaming* es una industria capaz de aportarnos relevante información sobre la personalización de los contenidos y gustos musicales. ¿Cómo atinar en el intento? La era del algoritmo y la *big data* es la era del Hermano Mayor, el ojo que todo lo ve y todo lo oye. Pero es al mismo tiempo la era de *Un mundo Feliz* en el que el propio usuario es quien asume cualquier condición o requisito sin oposición alguna.

Debemos estar de acuerdo en que el contexto cultural e ideológico determina los modos de escucha, pero no debemos abandonar la idea de que dichas prácticas aurales son el resultado del control de ciertos productos del mercado musical. Esto quiere decir que el capital cultural depende de factores sociales, culturales y económicos que delinearán estéticas en cuanto al gusto. O que incluso estos productos afectan a la estetización del valor de la cultura. Ulrich Beck objetaba que «[...] la globalización no produce necesariamente ninguna unificación cultural; la producción masiva de símbolos e informaciones culturales no origina el surgimiento de algo que se pueda parecer a una cultura global». Aunque también advertía que la globalización puede dar al traste con la existencia de comunidades locales¹⁹⁷.

Según los datos manejados por Richard A. Peterson y John Ryan, extraídos del Survey 2001 al que ya nos hemos referido antes, —una encuesta realizada en EE. UU. para analizar los gustos musicales teniendo en cuenta las variables edad, sexo, nivel de estudios e identidad raza/etnia [sic]—, observan que la única variable de control que daba resultados positivos en cuanto a la omnivoridad musical era el género: «El sexo sí demostró tener una relación significativa con la presencia de un gusto musical omnívoro, siendo, por lo general, las mujeres significativamente más omnívoras que los hombres»¹⁹⁸. Peterson y Ryan evidencian en su estudio «que existe una relación significativa entre un mayor uso de internet y una mayor tendencia

¹⁹⁷ BECK, *¿Qué es la globalización?...*, p. 87.

¹⁹⁸ PETERSON, RICHARD A. y JOHN RYAN: “La musa sin cuerpo” en HOWARD, PHILIP N. y STEVE JONES (eds.): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005), p. 276.

omnívora». Es decir, a mayor uso de internet, mayor omnivoridad musical, algo que, por otro lado, es más que evidente. Sería como decir que a mayor acceso mayor conocimiento, a mayor conocimiento mayor capacidad de elección, y a mayor capacidad de elección mayor omnivoridad.

Frente a la teoría universalista que pone el foco en la homogenización y la uniformidad del gusto, la sensibilidad y el imaginario cultural, que tiene como víctima al consumidor de masas dirigido por los grandes productores de contenidos mediáticos, en oposición a esta desaparición de lo individual, encontramos la idea de una cultura híbrida, no sólo comprometida y sin prejuicios, sino dispuesta a degustar todo aquello que se le pone delante y que es manifiestamente omnívora¹⁹⁹.

Para Gilles Lipovetsky, las nuevas tecnologías y los cambios sociales que arrancan después de la Segunda Guerra Mundial han conformado un individuo hedonista, consumista, individualizado, que aspira a «hundirse no sólo en los ritmos de los últimos discos de moda sino en las músicas más diversas, las más sofisticadas que, ahora, están constantemente a disposición»²⁰⁰. La era del acceso de Rifkin, ha terminado creando un individuo omnívoro que consume variedad de estilos de música. Cuanto mayor sea el acceso a la música, mayores son las probabilidades de escuchar diferentes estilos.

Recordemos que desde el año 2005 comienza un modelo por suscripción que lucha contra la competencia desleal de las redes de pares ²⁰¹. Los modelos de Naxos y de YouTube serán los que se impongan en el futuro. Un modelo en pruebas imitado por Spotify desde 2007 que consistió inicialmente en la promoción, distribución y venta de discos a través de internet. Son ya más de diez años de supervivencia de este modelo.

Rifkin tenía razón al advertir que las industrias culturales de finales del siglo XX habían comenzado a producir, empaquetar y comercializar los bienes de consumo cultural a corto plazo que desplazaban «a mundos simulados y a estados de conciencia modificados», a cambio del abandono de servicios destinados a los productos físicos²⁰². Con ello se potenciaba un modelo organizado para una economía todavía más global. Las consecuencias las acabamos de ver. Por un lado, el beneficio que supone el acceso a una ingente cantidad de contenidos para el consumo en el tiempo de ocio pero que tiende a homogenizar los gustos y, por otro, la consumación de

¹⁹⁹ Vid. BAUMAN: 2015, 47).

²⁰⁰ LIPOVETSKY, GILLES: *La era del vacío* (Barcelona, Anagrama, 2018, [1983]).

²⁰¹ FOUCE, *Prácticas emergentes...*, p. 65.

²⁰² RIFKIN, JEREMY: *La era del acceso. La revolución de la nueva economía* (Barcelona, Espasa, 2017, [2000]), p. 46.

un *homos omnivorus* y *consummericus* sediento de cultura. Aunque se trate de un deseo simulado que bien puede constreñir o bien ampliar el capital cultural.

6.4. LA ESCUCHA LINEAL

¿Puede el volumen empleado en la escucha definir el tipo de oyente en cuanto a edad, género, clase social o capital cultural? El volumen al que escuchamos música puede definir diferencias de clase y de género. Ya desde el siglo XIX el exceso de volumen en las calles de los países industrializados se asociaba a las clases sociales bajas²⁰³. La burguesía rehuía del ruido fabril y urbano, un ruido que quedaba asociado a las prácticas de la baja cultura. No son pocas las quejas al respecto en la literatura, por ejemplo, Dickens.

Las formas culturales de apropiación del espacio privado son entendidas como un derecho por parte de unos oyentes propensos a discriminar el ruido de los demás. Una forma de distinción que enraíza en la cultura burguesa del siglo XIX pero que continuó en la fonografía. Suele verse habitualmente a una cultura ruidosa como incivilizada. La creación de un espacio auditivo para uno mismo o para la familia ha sido cada vez más una prerrogativa y una estrategia de las élites que consideraban que el ruido no respetaba el espacio urbano.

El acelerado desarrollo urbanístico e industrial condujo definitivamente a la celebración del ruido hacia 1930. Lo hizo un grupo que alababa el ruido como símbolo de la modernización. Si a finales del siglo XIX los ruidos urbanos procedían de elementos que Emily Thompson llama «orgánicos» (carruajes, vendedores ambulantes, músicos callejeros, animales, campanas, etc.), tan solo treinta años después el ruido en el paisaje urbano sucumbiría a la mecánica y la maquinaria (motores, brocas, chirridos, etc.). A este proceso modernizador tecnológico de las ruidosas ciudades se le añadirían pronto el gramófono y el altavoz. Los compositores de vanguardia y los músicos de jazz sacarían provecho de los ruidos modernos de la década de 1920. Escribe Thompson en *The soundscape of modernity* que el ruido de la América de principios del siglo XX fue único históricamente hablando. La transformación no sólo fue física sino social y cultural, consolidando el ruido como elemento sustancialmente identitario²⁰⁴.

El ruido como símbolo del progreso y la prosperidad resonó hasta bien entrado el siglo XX. Pero pronto, reducir el ruido se convertiría en un problema de orden social que había que legislar. La llamada ley Bennet de 1907 fue la primera de la historia en intentar controlar el volumen, con lo que el ruido pasaría a convertirse en una forma de residuo del tejido industrial: ambiente contaminado por el ruido como si de humo se tratara. Pero lo que realmente eliminó fueron sólo

²⁰³ BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008), pp. 13-17. El hedor y el ruido ayudaron a identificar la clase social, incluso desde la Antigüedad y la Edad Media. Fue desde el siglo XVIII y sobre todo en el siglo XIX cuando comienzan a registrarse mayores quejas al respecto.

²⁰⁴ Véase THOMPSON, EMILY: "Noise and modern culture, 1900-1933" en THOMPSON, EMILY: *The soundscape of modernity. Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1933* (USA, MIT Press, 2004), pp. 115-168.

unos determinados ruidos, como el de los vendedores ambulantes con su silbatos y bocinas. Y aunque el diseño de las ciudades cambiaría para adaptarse a las nuevas condiciones ambientales, el ruido del tráfico motorizado y la producción fabril, se normalizaron y pasaron a ser considerados indispensables para el desarrollo humano. Oponerse a este tipo de ruidos era oponerse al progreso.

La distinción entre músicas también adoptaba un claro sesgo político-cultural. Por ejemplo, el jazz de las calles fue considerado puro ruido por un grupo de críticos. Para otros, por el contrario, formaba parte del propio paisaje urbano. La voz de los detractores se haría sonar con más fuerza, expresando su desprecio hacia al jazz en una mezcla de racismo y antimecanicismo. De la aprobación inevitable de los ruidos fabriles amparados por el paraguas del progreso y la reprobación de la música jazz en las calles, de la normalización de determinadas prácticas ambientales y la supresión de otras, se puede inferir un discurso ideológico que protege el capital, o al menos así lo entienden las investigadoras Emily Thompson y Karin Jijsterveld.

Sería sólo en torno a los años cincuenta cuando la escucha de jazz comenzase a adoptar la misma forma de escucha atenta que la música clásica. Esto ocurrió como resultado de la adopción del lenguaje de los ingenieros de sonido por parte de los melómanos, junto el auge de la alta fidelidad y la progresiva incorporación de oyentes procedentes del mundo de la música clásica²⁰⁵.

Hasta la aparición de la grabación y la amplificación eléctricas todos los sistemas mecánicos empleados no hacían otra cosa que reducir la experiencia sonora de la música en vivo. El límite de frecuencias captado y reproducido era muy limitado hasta que se aplicó la electricidad, con lo que la experiencia de la escucha de la música grabada también lo fue. La lucha por conseguir una mayor señal en la música grabada, y con ello mejor calidad y claridad del sonido, surge desde el comienzo mismo de la fonografía. Emile Berliner consiguió que su gramófono tuviese una mejor respuesta dinámica que el invento de Edison. La grabación eléctrica a su vez conseguiría mayor señal que cualquier otra reproducción acústica del momento. La grabación eléctrica sería adoptada pronto por la radio y más tarde por el Orthophonic de la empresa Western Electric y Victor-Columbia. Poco después lo haría la radio FM, un invento de Edwin Armstrong, que conseguía una dinámica más alta y limpia, menos ruidosa que la frecuencia AM,

²⁰⁵ VOLMAR, ALEX: "Experiencing High Fidelity: Sound reproduction and the politics of music listening in the twentieth century" en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 395.

pero que no obtuvo cierto éxito hasta después de la invasión de la televisión en los años cincuenta²⁰⁶.

El gran desarrollo de la tecnología musical desde los años ochenta disparó la presencia del volumen de la música tanto para la escucha privada como la pública. «La intensidad sigue siendo realmente la dimensión salvaje del sonido electroacústico moderno», indica Michel Chion²⁰⁷. Pero tampoco debemos entender siempre el aumento del volumen como una mejora en la calidad del sonido. De hecho, no son pocas las voces que sugieren, como el propio Chion, que la grabación digital nunca podrá recoger todos los espectros dinámicos, de altura, timbres, etc., de los sistemas analógicos. Incluso el «mismo sonido digital no utiliza voluntariamente toda la paleta dinámica de que dispone»²⁰⁸. Ninguna grabación, del tipo que sea, captará toda la gama y todos los parámetros sonoros que podemos oír en la representación de una música en vivo. Tanto en la grabación mecánica, como en la magnética o la digital, el volumen siempre es comprimido dentro de un ámbito dinámico más reducido que el que podemos experimentar en la música *in situ*. Que se disponga en la actualidad de los medios para una nivelación del volumen pero que no se lleve a cabo, llega a ser «delirante y paradójico», asegura Chion²⁰⁹.

La guerra de volúmenes de los noventa estuvo directamente vinculada al mayor rango dinámico que ofrecía la grabación digital. Los niveles se ampliaron, sobre todo en grabaciones de música popular que llegaban a alcanzar sonidos saturados. Uno de los primeros grupos en aplicar nuevas técnicas al volumen fueron los Red Hot Chili Peppers, subiendo las ganancias a picos que rozaban constantemente la saturación y la distorsión. Desde los ochenta, el nivel de ganancia en los CD ha seguido aumentando progresivamente, tal vez como consecuencia de las constantes críticas que lo comparaban con el vinilo, un vinilo que para la gran mayoría de apocalípticos conseguía mayor presencia que el CD.

Pero el aumento de la saturación ha devenido en un descenso de la calidad del sonido. Greg Milner afirma que ante dos pistas con distintos volúmenes los jóvenes preferirán la de mayor volumen, posiblemente por el mayor número de frecuencias audibles²¹⁰. También porque nuestro oído psicológico tiende a fijarse en los sonidos más agudos y los de mayor intensidad.

En contra de la uniformidad constante en la dinámica de la música popular grabada que tiende a mantener los mismos niveles durante todas las pistas o incluso durante todo el álbum, la música clásica practica una gama infinitamente más rica de dinámicas. Esto no se debe a los

²⁰⁶ J. Sterne, *The audible past...*, p. 274-282.

²⁰⁷ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 167.

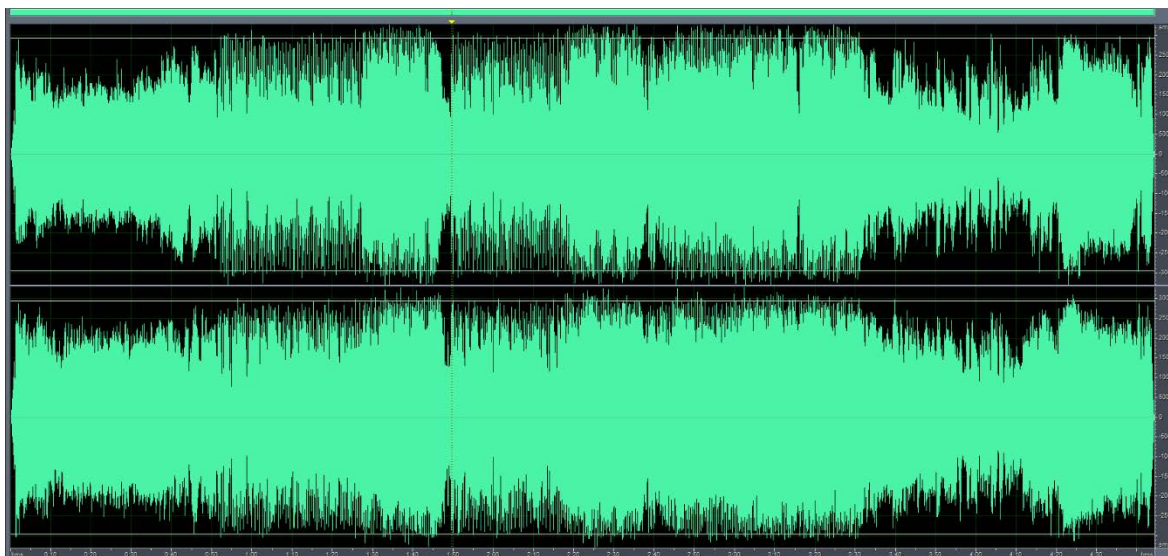
²⁰⁸ *Ibid.*, p. 176.

²⁰⁹ *Ibid.*

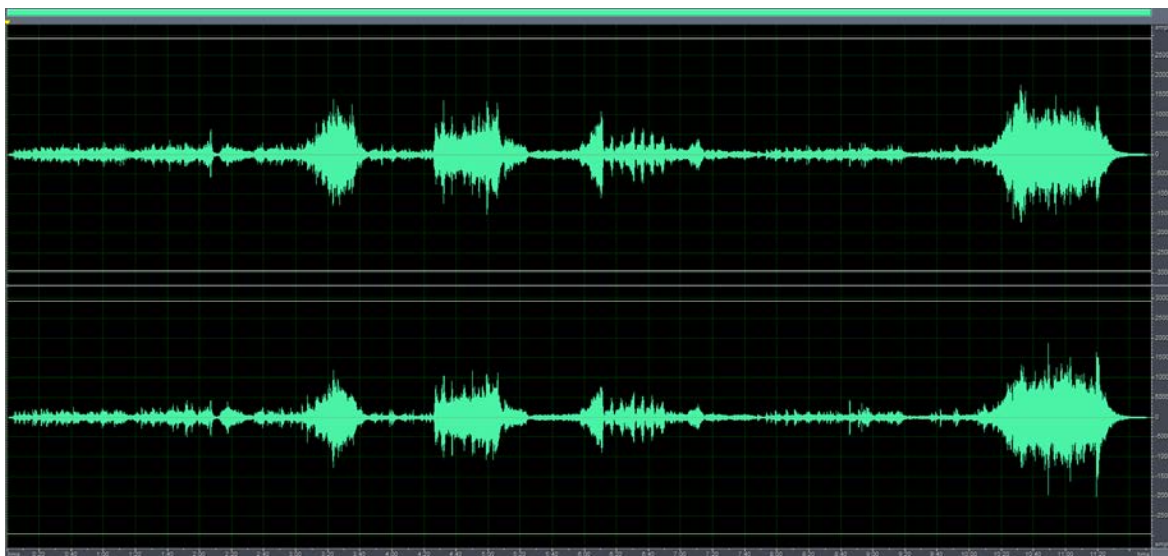
²¹⁰ MILNER, GREG: *El sonido y la perfección* (España, Léeme Libros, 2015)

procesos de grabación sino a cómo está construida la propia música y a las diferencias de interpretación. La música moderna no hace alarde precisamente del manejo de las gamas dinámicas. Comparemos visualmente las dinámicas de *Highway to Hell* de ACDC de 1979 con las del *Adagietto* de la *Sinfonía N° 5* de Gustav Mahler, bajo la batuta de Karajan con la Filarmónica de Viena, grabada en 1973.

Imagen 29. Comparación visual de dos gamas dinámicas.



***Highway to Hell* de ACDC visto con el programa CoolEdit Pro.**



***Adagietto de la Sinfonía N° 5* de Gustav Mahler, Karajan, Filarmónica de Viena CoolEdit Pro.**

Las guerras del volumen han cambiado la manera de escuchar la música. Una buena compresión puede captar la atención del oyente, pero si hay demasiada, termina produciendo la sensación de fatiga, aumentando el riesgo de que el oyente abandone esa música demasiado alta. Según Milner existe la teoría de que una señal intensamente comprimida atrapa al oyente, como ocurre mientras se buscan diales en la radio y se encuentra una emisora limpia y clara. Si la señal se comprime demasiado el sonido agota el oído y el interés del oyente, que probablemente cambiará de dial o apagará la radio²¹¹.

El volumen parece ser una cuestión generacional en la que los más jóvenes admiten mejor los altos volúmenes. Precisamente por esta divergencia generacional, los diferentes niveles de intensidad empleados en las grabaciones están destinados a públicos también diferentes. Estilos como el rock, el pop o el rap buscan llamar la atención de una audiencia joven con un volumen y un nivel de saturación altos y constantes. La música clásica y el jazz, por el contrario, están dirigidos a públicos que huyen de la saturación. De este modo, los estilos de música hallan nichos de mercado no solo conforme a las características propias de cada música sino al volumen aplicado a la escucha.

También está demostrado que oír música a niveles constantemente altos y con poca variación dinámica, encamina al oyente al hastío de la escucha, ocasionándole grandes momentos de desatención en los que la música adquiere función ambiental. Sin embargo, y paradójicamente, la escucha ambiental de mayor éxito es aquella que presenta una variación dinámica leve a volúmenes bajos, como ocurre sobre todo con el *smooth jazz*.

También el volumen tiene un enfoque de género. Algunas investigaciones psicoacústicas han observado diferencias en cuanto a la escucha de hombres y mujeres en lo que al volumen se refiere. Aquellas emisoras que quieran captar la atención de un público femenino deberán ser cautas con el procesamiento de la señal, puesto que, al parecer, las mujeres prefieren escuchar música a volúmenes más bajos que los hombres.

Otro hecho curioso es que los discos más vendidos de la historia de la música popular son aquellos que mayor contraste dinámico presentan, a pesar de que la gran mayoría de los jóvenes actuales prefieran oír su música favorita a altos volúmenes y sin grandes diferencias dinámicas²¹². Esto redundaría en la tesis de que la variación dinámica ayuda a mantener una escucha activa y centrada, en contra de aquellas grabaciones con un volumen alto y constante.

²¹¹ *Ibid.*, p. 280.

²¹² Según cuenta G. Milner, Chris Johson, propietario de un pequeño estudio de masterización en Vermont, demostró que los discos más vendidos de todos los tiempos son los de dinámicas más variadas favoreciendo a los discos más antiguos y más duraderos comercialmente que no habían dejado de venderse año tras año. “Los discos

Por último, jugar con el volumen cuando se escucha música con auriculares, como ya se dijo, suele ser usado como medio de bloqueo del sonido ambiental, huir de la comunicación verbal, o para la construcción de paisajes sonoros imaginarios en espacios públicos que tienden a verse como amenazadores o simplemente indeseados. Así, el volumen es directamente proporcional al estímulo de estos paisajes íntimos, ocultando y disipando el ruido real.

a los que la gente vuelve una y otra vez son aquellos que respiran”, dice Milner. *Vid. MILNER, El sonido y...*, p. 284.

6.5. ESCUCHA HIPERREALISTA

La teoría de que las tecnologías modifican la percepción de lo real convirtiéndola en un simulacro, en un producto hiperreal de la cultura, pasó a Jean Baudrillard y a Paul Virilio de la mano del filósofo y teórico político francés Guy Debord, fundador del situacionismo y autor de *La sociedad el espectáculo* (1967). Antes de que se produjera la revolución digital, Debord pronosticaba la emergencia de una consideración de la cultura dentro de un contexto altamente mediado en el que la realidad estaba siendo sustituida por el espectáculo a través de un producto mercantilizado. A su vez, esta tesis de Debord es un legado que la Escuela de Frankfurt explicitó a través de la crítica a la cultura de masas, mediante los escritos de Benjamin, Adorno y Horkheimer sobre todo, con la idea de que la reproducción masiva estaba siendo dirigida por la industria para un consumismo voraz, como respuesta a la vida tecnificada del capitalismo y la sociedad industrial. De esta manera, consideraban estos autores que se estaba perdiendo el carácter emancipador del arte y la cultura, un carácter legado al siglo XX a través de los constructos de obra, autenticidad y original propios del Romanticismo.

Estas teorías, a pesar de preconizar algunos de los procesos socioculturales que se darían en los años setenta y ochenta, resultaron tibias, lejos de adivinar la profunda transformación que los avances tecnocientíficos abrirían durante las dos últimas décadas del siglo XX. Las pantallas, internet, las redes de comunicación que han constreñido indefectiblemente el tiempo y el espacio, la cultura del acceso a la información, la formación de aldeas globales, son rasgos que definen nuestro mundo hipermoderno, un mundo que tiende a la simulación de la realidad más que a la realidad ontológica en sí misma.

De manera general, en la tardomodernidad podemos afirmar que cualquier intento de mediación entre el presente y su representación, se convierte casi por norma en una simulación. Una simulación en donde la mediación debe ser entendida como una intermediación. Una especie de intermediario tecnológico que establece una separación discreta entre el objeto real y su representación, tales son el periódico, la fotografía, el telégrafo o la grabación musical. La gran diferencia que se puede establecer entre los tipos de mediación analógicos y los digitales es que estos últimos nos distancian mucho más de la muestra original.

Siguiendo los postulados de Walter Benjamin, las diferencias que se producen entre el original y su reproducción técnica son elementales. Los objetos culturales reproducibles pueden ser de dos tipos para Benjamin: los reproducidos manualmente y los reproducidos técnicamente. Los objetos culturales reproducidos manualmente dependen del original, no tienen un alcance masivo y se comprenden desde la muestra, pues se trata de copias únicas que también son irrepetibles. Por el contrario, las reproducciones con procedimientos técnicos resultan

extraordinariamente cercanos al receptor, no dependen del original, las copias son idénticas y cada una de las réplicas puede ocupar lugares que serían inalcanzables para el original²¹³. Así, si el original nos ofrece un aquí y ahora confiriéndole autenticidad, la plenitud del sentido tradicional y el testimonio histórico de algo único e irrepetible, la reproductibilidad técnica, por su parte, obtiene alcance masivo, próximo y cercano a la mercancía de masas, pero también trastorna el contenido de la tradición, es destructivo, y liquida el valor tradicional de la herencia cultural.

Desde esta perspectiva, las réplicas digitales nos alejan del original exponencialmente, pero nos muestran —en un espejo mediático en el cual la naturaleza del original aparece incorrupta—, una simulación casi perfecta que lo aproxima a lo auténtico y en ocasiones lo confunde con él. Las reproducciones digitales tienen un carácter altamente global, y ocupan lugares insospechados e inalcanzables para el objeto original. El mundo digital es capaz de ofrecer sensaciones tan cercanas a la realidad, a través de una mediación tan profunda y compleja, que en algunos casos concurre en la elaboración de objetos secundarios hiperreales, cada vez más alejados del modelo ideal o idealizado. Un modelo que pierde el sentido de su propia existencia pues no importa el qué, sino cuánto y cuándo. «La verdad se hace virtual en la medida en que su definición depende de los efectos que produce más que de una consistencia inmóvil y dada», unos efectos que debemos entender como sensaciones²¹⁴.

La incesante búsqueda en los sistemas de grabación por plasmar fielmente la realidad de las salas de conciertos y los auditorios es un camino que surge, a pesar de sus muchas limitaciones, en el mismo comienzo en que nace la grabación. Los intentos de mejora estuvieron encaminados siempre a simular la realidad y a mitigar cuanto fuera posible la distancia existente entre el original y la copia. Una polaridad ésta, la del original y la copia, en la que el vencedor ha resultado ser siempre el original. La autenticidad y la originalidad por encima de la reproducción, en donde lo auténtico estaría representado por la naturaleza según sus principios románticos, y en donde todo intento de imitación de la realidad sería siempre considerada inauténtica, precisamente por su vehemente afán de imitarla.

Los primeros sistemas fueron de tan baja calidad que resultaba imposible acercarse lo más mínimo al sonido real, por ello se dio preferencia a la dicción y la claridad de las voces y los instrumentos que al propio sonido. La soñada simulación nunca sería alcanzada definitivamente, ni lo será, pero ha tenido diferentes aproximaciones a ella: la más notoria de la era

²¹³ BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2017, [1933]), pp. 51-55.

²¹⁴ SALVAT, *La revolución digital...*, p. 143.

mecánica, las pruebas de tono y su plan de educación auditiva, y a comienzos del siglo XX, la radio. Así comenzaría a mediados de la década de 1920 una carrera por simular el sonido natural de la música. Por su parte, la simulación en la era digital forma parte de su propia esencia. La realidad 3D, el holograma o la simulación facial, son ejemplos, ya no de intentar aparentar la realidad, sino de superarla, transformarla y desdibujarla bajo la apariencia de lo real.

La escucha en vivo puede variar dependiendo del lugar que ocupemos como oyentes y de la acústica de la sala. Aunque las diferencias son notables en algunos casos, la realidad es percibida por igual. Sin embargo, ciertas tecnologías de la grabación y de la edición consiguen resultados que nos alejan de las características “naturales”, reales. Unas lo hacen sin querer, otras buscando deliberadamente esta situación mediante la aplicación de efectos y sensaciones imposibles de recrear en la acústica natural. El resultado final de estas aplicaciones tecnológicas ha convertido a la escucha, siguiendo la teoría de Braudillard, en un simulacro de la realidad, un parecerse lo más posible a ella²¹⁵. En algunos casos incluso se transforma en un producto hiperreal, una música que supera la realidad, que va más allá de ella. La llegada de lo que Paul Virilio denominó *cibermundo*, un espacio al margen del mundo real y de peligrosas dimensiones globales, sólo ha sido posible con la digitalización²¹⁶.

Es evidente que las primeras pruebas realizadas en la historia de la grabación tuvieron que tomar como referente obligado a la música en vivo puesto que era el único modelo disponible. Esta simulación sería trasladada con el paso de las décadas a la estética del estudio de grabación, sobre todo en lo que concierne a la música clásica. Nunca la música en vivo dejó de ser el modelo para las grabaciones, aunque sí cambiarían las perspectivas y los procedimientos para intentar conseguirlo. Ya hemos visto que existen tres tipos históricos de simulación de la realidad o de estéticas de la grabación: la grabación como fotografía sonora, la grabación como mejor butaca posible y la grabación como obra en sí misma. Puede que sean diferentes en sus praxis y objetivos, pero las tres siempre pretendieron emular su vanagloriado referente, el modelo de las salas de conciertos del siglo XIX y XX.

Leopold Stokowski (1882-1977) fue uno de los pioneros en aplicar técnicas de estudio estereofónicas a grabaciones ya en la década de 1930. Experimentando con la Orquesta de Filadelfia, Stokowski jugó con las posibilidades ofrecidas por la grabación y la edición, y se sintió fuertemente atraído por las innovaciones en el sonido estereofónico desarrolladas en His Master

²¹⁵ Vid. BAUDRILLARD, JEAN: *Cultura y simulacro* (Barcelona, Kairós, 2016, [1973]).

²¹⁶ ROSA, HARMUT: “Aceleración social: consecuencias éticas y políticas de una sociedad de la alta velocidad desincronizada” en *Persona y sociedad*, Vol. XXV, N°. 1, 2011, p. 9-49.

Voice por el joven Alan Dower Blumein, cuya patente estereofónica sería aceptada en 1931²¹⁷. Por el contrario, en la música popular se ha experimentado mucho más. El ejemplo que se suele tomar como pionero en aplicar técnicas innovadoras de grabación, aunque existan importantes ejemplos anteriores, fue el disco *The Beatles* titulado igual que el grupo británico, más conocido como el *Álbum blanco*, lanzado el 22 de noviembre de 1968. Cuando a la guitarra eléctrica se le comenzaron a aplicar efectos como el *overdrive*, el *gua-gua* o el *delay*, aquel instrumento no disponía de un modelo real que imitar, pues se trataba de un nuevo invento. Sin embargo, todos estos nuevos sonidos fueron incorporados en seguida a una serie de grabaciones que obtendrían buena acogida entre los jóvenes de los años cincuenta y sesenta.

El soporte es un mediador. El grado de mediación en las grabaciones puede cuantificarse de muchas y muy diversas maneras en función de la mayor o la menor intervención con respecto al sonido “original”. De manera muy simplificada los grados de mediación tienden a dividirse en los dos tipos que ya hemos visto anteriormente. En primer lugar, lo que se llama la *mediación transparente*, cuyo objetivo es naturalizar el sonido original haciendo llegar al oyente una grabación muy parecida a su imaginario sobre lo que sería el sonido “natural” de los instrumentos o las voces. La finalidad de la mediación transparente es que no se note que existe mediación alguna y que el oyente dirija su atención a la música en sí y no a las técnicas usadas durante la grabación. En segundo lugar, existe lo que se llama la *mediación opaca*, un tipo de mediación que busca que se note precisamente que existe algún tipo de mediación. Se consigue manipulando y transformando algunos parámetros que “desnaturalizan” el sonido de los instrumentos y las voces. En la mediación opaca se busca que el oyente sea consciente y preste atención a los efectos y las transformaciones al mismo tiempo que a la música, pero no de manera independiente sino como parte de un todo²¹⁸.

Por mucho que avanzaran las prácticas con cinta magnetofónica y las grabadoras multipista, en los sistemas analógicos la mediación es considerablemente reducida si la comparamos con las posibilidades abiertas por los sistemas digitales. Lo digital necesita captar lo real para virtualizarlo y convertirlo de nuevo en real, o mejor dicho, convertirlo en una apariencia de lo real. Desde lo analógico no se da esta descomposición absoluta de los elementos. Es cierto que en la era analógica lo real podía ser convertido en datos mecánicos o magnéticos y que luego dicha

²¹⁷ Se tiene constancia de que los primeros experimentos en sonido binaural son de 1881.

²¹⁸ Vid. BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: “Digital signatures and opaque meditation” en BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: *Digital signatures: the impact of digitization on popular music sound* (The MIT Press, 2016), pp. 5-8.

información tenía que descomponerse a la inversa, pero el grado de mediación de una grabación en cinta o en gramófono no experimenta la misma transformación que en una grabación digital.

Cuando lo real se muestra ante nosotros tal cual, el proceso entre la muestra y el oyente se reduce al mínimo si no se trata de una música amplificada. El sonido es lineal y continuo. Sin embargo, en lo digital, se toman muchas pequeñas muestras de lo real que se descomponen en elementos mínimos (nano-elementos) para ser transformados en subelementos fragmentados que vuelven a recomponerse en sonido. Se trata de un proceso fragmentario que divide la muestra en múltiples microdatos, un proceso que más se aproxima al original cuantas más muestras se tomen.

La gran paradoja del simulacro de la realidad de la era digital consiste en deconstruir la realidad, defragmentarla todo lo que se pueda para que al reproducirla se asemeje a ella. En este sentido, la interacción entre la obra de arte y el consumidor en un concierto en vivo siempre será analógica. Por muchos y diferentes procesos que se añadan en las reconversiones, el oído y la vista sólo son capaces de reconocer procesos analógicos, nunca virtuales. Por ello lo digital debe recomponer los elementos fragmentados, no lineales, en un todo analógico capaz de ser reconocido por nuestros sentidos. Y es por esto por lo que lo aproxima a una simulación de la realidad. En lo digital, lo real captado necesita ser transformado virtualmente para que la reconversión rehaga de nuevo la imagen o el sonido.

Con el tiempo, los tipos de mediación, tanto la transparente como sobre todo la opaca, se han naturalizado entre los oyentes. Ya la incorporación del micrófono en los años veinte cambió el modo de cantar en la música popular y el modo de percibir la voz. Una voz que resultó más cercana, con mayores matices, menos potente, pero que permitía al oyente escucharla como si el cantante estuviese sentado en la butaca de al lado, como si le cantara a *su* oído, a su individualidad. En sus comienzos el público fue muy consciente de los cambios generados por la microfonía, pero con el paso de los años el sonido mediado sería interiorizado y naturalizado por las audiencias. Así, se pasó de ver al micrófono como un tipo de mediación opaca cuyos resultados eran claramente audibles para el público, a un tipo de mediación transparente aceptada por la comunidad de oyentes como una mediación enmascarada y naturalizada. Con el transcurso de los años, ambos sistemas de mediación, la transparente y la opaca, pasarán a ser elementos completamente desapercibidas para el oyente. No importará tanto la mediación como el resultado. Se acostumbraron a que la tecnología formara parte del espectáculo. El oyente naturalizó cualquier proceso en la mediación de la escucha. Todo tipo de mediación técnica del sonido pasará a su imaginario acústico, a una cultura que le ayudase a manejar su propio paisaje sonoro. Esto quiere decir que los factores que consiguen que la mediación tecnológica llame la

atención sobre sí misma depende de la mayor o menor habituación del oyente y de los factores contextuales de la producción y la escucha. Con este filtro sonoro, los oyentes de música popular siempre han tendido a ser menos conservadores que las producciones de música clásica en lo que se refiere a la incorporación de mediaciones opacas²¹⁹. A diferencia de un melómano de música clásica, un oyente de música moderna entiende, asume y hasta le gusta que la música que oye pueda estar en gran medida tratada y manipulada.

El hiperrealismo en la escucha se valió de experimentos llevados a cabo desde mediados de los años cincuenta en tecnologías estereofónicas, aplicadas más tarde a grabaciones de todo tipo en las décadas sesenta y setenta²²⁰. Las primeras pruebas estereofónicas fueron diseñadas para una escucha en altavoces que al ser escuchadas por auriculares perdían todo el efecto de realidad, incluso podían llegar a resultar molestas. Así surgieron ejemplos de músicas grabadas exclusivamente para una escucha con auriculares que recreaban ambientes multidimensionales, ambientes que de otra manera son imposibles de encontrar en la vida real.

Digitalizar el sonido logró que la manipulación de cualquiera de los parámetros sonoros fuese prácticamente absoluta. Las manipulaciones en los estudios de grabación adoptan tantas decisiones y actuaciones sobre el máster que resulta hoy en día imposible diferenciar entre lo que es real y lo que es virtual, qué lo original y qué lo modificado. Existe incluso un interés por mostrar sonidos y efectos claramente alterados con una intencionada actitud estética muy alejada de lo real que sobrepasa el interés de la simulación. Si la historia de la grabación siempre tuvo como referente a la sala de conciertos, hoy, sobre todo en la música popular, se experimenta con efectos con la idea totalmente consciente de huir de la realidad.

Uno de los ejemplos más sorprendentes de hiperrealismo se ha conseguido con la holofonía, creada en los ochenta por el argentino Hugo Zaccarelli, una técnica que juega con el espacio sonoro. Es el equivalente a la holografía visual sólo que en el campo auditivo. Mediante el sonido envolvente en tres dimensiones, el sonido recorre espacialmente el eje horizontal, el vertical y el de la profundidad. Se consigue mediante altavoces, aunque con auriculares resulta mucho más efectista²²¹.

²¹⁹ Vid. BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: *Digital signatures: the impact of digitization on popular music sound* (The MIT Press, 2016), pp. 5-8.

²²⁰ Para una historia del estéreo desde sus primeros desarrollos teóricos en 1881 hasta finales de la década de 1950, véase SUNIER, JOHN: *The story of stereo: 1881-*, (New York, Gernsback Library, 1960): especialmente los capítulos 4 y 5; pp. 73-112.

²²¹ Aunque seguro que existen múltiples ejemplos se sugiere escuchar con auriculares y con los ojos cerrados Virtual Barber Shop. Se puede oír en <https://www.all-about-psychology.com/virtual-barber-shop.html> [10-01-2020].

Lo virtual no es más que una manipulación humana. Pero visto desde otra perspectiva, el mundo virtual es simplemente una muestra más de la realidad, otra puerta que da acceso a un modo especial sobre el diseño de la realidad. Cuando la membrana que separa lo real de lo virtual se quiebra, se pueden producir problemas de identificación, gestuales y de conciencia. Siempre que seamos conscientes de que el mundo virtual no es más que una nueva forma de ofrecer la realidad, no deberían existir confusiones. Pero este juego cada vez es más peligroso. El problema puede radicar en que el impacto del mundo virtual es tan impresionante que transforme nuestros gestos, patrones y conductas. En definitiva, lo que realmente consigue la tecnología es que cambiemos nosotros mismos y la percepción que tenemos del mundo.

6.6. ESCUCHA VISUAL

En la era tardomoderna, el llamado *auditory turn*, *acoustic turn* o *aural turn*, se ocupó en torno al año 2.000 de dirigir el interés al campo de la investigación interdisciplinaria centrándose en el concepto del sonido, sobre todo con un fuerte énfasis en el desarrollo de las tecnologías de reproducción. El caldo de cultivo provenía de la revista *Social Studies of Science*, fundada en 1971, con aportaciones provenientes de la música, la antropología, el arte sonoro, los estudios para sordos, la arquitectura vinculada a la música y otros temas relacionados con el sonido. El paisaje sonoro, la acústica arquitectónica, los sonidos de la naturaleza, la historia de la audición, la sordera, la sonoridad, etc., son algunos de sus campos de investigación. Antes de continuar con la recta final de este trabajo, debemos hacer notar que el término paisaje sonoro intenta afirmar la independencia de lo auditivo, aunque, y paradójicamente, lo haga a través de una metáfora de lo visual. Y es que hasta para hablar de lo aural se recurre a lo visual, pues resulta muy difícil escapar de la tiranía del ojo.

Al abrigo de este movimiento sobre el giro auditivo, Jonathan Sterne publicó *The audible past* (2003), libro que sirvió de lanzadera a un buen número de trabajos posteriores, trabajos que acabarían consolidando una nueva disciplina llamada con el tiempo *sound studies*. Los investigadores de los *sound studies* buscaron referencias en textos anteriores que resultasen fundamentales para la cimentación de su disciplina. A mi juicio, fueron dos los libros tomados como fundacionales y que marcaron las líneas de investigación esenciales de este movimiento: *The New Soundscape* de R. Murray Schafer (1969) y *Bruits. Essai sur l'économie de la musique* (1977). Schafer describió los ruidos urbanos, capaces de dibujar paisajes sonoros que emanan testimonios sobre las formas de vida, sobre la manera en que la contaminación ambiental es capaz de definir algunas prácticas sociales, culturales y hasta económicas²²². Attali se centra en el análisis de la música como forma cultural íntimamente ligada a distintos modos de producción, en una especie de superestructura que es capaz de anticipar cambios históricos de relieve. Los cambios en la producción de la música son capaces de prever los cambios en la historia, la política y la economía. Las sociedades deben ser juzgadas según estas transformaciones en la música como anunciadora de determinadas mutaciones en las relaciones sociales. Un análisis de la música como reflejo de un tiempo y una sociedad en un espacio concretos.

Un trabajo posterior al de Jonathan Sterne, *Soundscapes of Modernity: architectural acoustics and the culture of listening in America 1900-1933* firmado por Emily Thompson, es, en mi

²²² Karin Bijsterveld dedica un volumen completo a los problemas del ruido desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX; véase BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008).

opinión, una publicación determinante, incluso más importante que la de Sterne, en lo que se refiere a la demarcación de unas líneas de investigación en el campo de los *sound studies*. En este libro, Thompson describe varios elementos: la evolución en los conceptos de sonido y de escucha desde el análisis de la reverberación en las salas de conciertos y los estudios de grabación; la obsesión por eliminar los ruidos como una necesaria claridad de la escucha; y la manera en que fue entendido el concepto de lo que debía ser un buen sonido en la arquitectura acústica. Tres objetivos estrechamente vinculados. Su trabajo queda enmarcado en dos sucesos: la construcción y el estreno del Boston's Symphony Hall que da comienzo a una era, y el complejo llamado Rockefeller Center como final de la misma. Dos edificios que serían determinantes para la arquitectura de las salas de conciertos posteriores, así como para algunas de las técnicas empleadas en los estudios de grabación. Elementos estos que modificaron las formas de percepción del sonido y la música. Los objetivos fueron dos: la eliminación del tiempo de reverberación de las salas y de los estudios de grabación, y la anulación del incómodo ruido ambiental de las grabaciones mecánicas primero, y de las grabaciones eléctricas después. La manera de escuchar y la manera de atender se transformaron radicalmente durante estos primeros treinta y tres años del siglo XX.

Al original trabajo de Thompson le seguirían otras publicaciones relacionadas con los *sound studies*: el ya citado trabajo *The Audible Past* de Sterne (2003), *Listen, a history of our ears*, de Peter Szendy (2007), *Sound Studies* de Holger Schulze (2008), *Sound Moves: iPod culture and urban Experience* de Michael Bull (2008), *Mechanical sound* de Karin Bijsterveld (2008), *Music, Sound and Space: Transformations of Public and Private Experience* de Georgina Born (2013) y más recientemente, el volumen *The Cambridge Companion to music in digital culture* editado por Nicholas Cook (2019). De estas investigaciones han brotado otras que se centran en la escucha de música en concreto. En suma, podemos decir que el interés por una escucha histórica del sonido no tiene más de veinte años, si exceptuamos a Schafer y Attali²²³.

Recientemente han surgido voces discordantes que niegan la autonomía de los sonidos como elementos tomados para historiar el pasado. Aunque mezcla el sonido en general y la música, una de estas voces proviene del musicólogo y discólogo de Bremen, Martin Elste, quien defiende que: «A pesar de la reducción de la concentración de la música al mero sonido, nuestra

²²³ Quiero aclarar que se trata de trabajos sobre el estudio de la escucha del sonido y no de trabajos sobre la escucha histórica de la música cuyos principales autores ya han aparecido: Bessler, Adorno y Szendy, sobre todo.

apreciación de la música sigue estando determinada en gran medida por lo visual»²²⁴. Otra de estas voces proviene del ya citado filósofo y musicólogo Peter Szendy:

Y es por eso que parece difícil precipitarse para seguir a los paladines de un giro auditivo o acústico (*auditory turn, acosutic turn, aural turn*), en las humanidades, en la teoría o en el pensamiento. Es cierto que innegablemente hubo un interés renovado por el sonido y la escucha, en el cual o del cual participan algunas páginas de Nancy [se refiere a Jean-Luc Nancy, quien realiza el prólogo para su libro *Écoute, une histoire de nos oreilles* del año 2001], de mí mismo y de algunos otros. Pero los virajes que desvían y descarrían lo visible hacia lo audible (o inversamente) solo podrían ser tomados o captados desde lo alto, a vuelo de pájaro [...] ²²⁵.

Algo parecido similar escribe Christian Thorau al considerar que los artistas, la orquesta y hasta las salas de conciertos o los teatros de ópera, independientemente de la música que figure en sus programas de mano (fotos, información biográfica del director, los solistas, la orquesta o los cantantes), son elementos que contribuyen a lo que llama la «escucha turística». Elementos que funcionan a modo de marcadores preparando la atención del oyente y dirigiéndolo hacia objetivos determinados²²⁶. Thorau va incluso más lejos al considerar que para una recepción popular de la música y especialmente de la música clásica, el concepto de mirada musical (*musical sight*) resulta ser más apropiado que el concepto de obra, ese concepto tan de moda entre los musicólogos a la hora de analizar los criterios de autoría, notación, composición, biografía, etc.: «The musical sight is, to a certain extent, and what a popularized and popularizing way of appropriation makes of the work-concept. It allows us to describe the cultural practice with which actual listeners use the “imaginary museum of musical works”»²²⁷. Es decir, reconocer algo sobre la pieza y su compositor, y ser capaz de situar la música escuchada en un pasaje estilístico e histórico, añade un valor cognitivo, un capital simbólico a la música y a la experiencia del concierto²²⁸.

Peter Szendy describe un tipo de escucha (*écoute*) desde una perspectiva médica, militar, teatral, filosófica e incluso el tipo de escucha empleado para el espionaje. Su solución al «oído

²²⁴ «Despite the reduction in concentration of music to mere sound our music appreciation is still largely determined by visuality»; Vid. <https://www.youtube.com/watch?v=fIJYinAWekc&t=125s> [Traducción propia].

²²⁵ SZENDY, PETER: *En lo profundo de un oído. Una estética de la escucha* (Santiago de Chile, Metales Pesados, 2015), pp. 33-34.

Entre esos paladines a los que se refiere P. Szendy podríamos incluir a quien suele ser considerado el padre de los *sound studies*, Jonathan Sterne y su ya citado libro *The audible past*. También a Jean-Lucy Nancy, en particular su *À l'écoute*, y el propio trabajo de Szendy *Écoute, une histoire de nos oreilles*.

²²⁶ THORAU, CHRISTIAN: “Touristic listening and the guided ear”, en THORAU, *The Oxford Handbook...*, p. 216

²²⁷ *Ibid.*

²²⁸ *Ibid.*, p. 218.

de oro», a los problemas que plantea una escucha profunda, se deben resolver exclusivamente desde el enfoque filosófico, más en concreto, en base a los distintos paradigmas de la escucha filosófica a los que aluden Nietzsche, Heidegger y Derrida. Realiza Szendy un recorrido de la escucha desde la auscultación médica de Laënnec hasta la deconstrucción derridiana, pasando por los conceptos de «quien tiene oídos detrás de sus orejas» de Nietzsche y por el de «escuchar y ver son una misma cosa» de Heidegger. El objetivo final de Szendy es demostrar que el oído no puede darse sin la vista y viceversa. La escucha y la vista deben ser entendidas en un todo: «En este punto culminante, donde se abren una vista panorámica y una escucha panacústica, ver y escuchar se convierte en una sola y misma cosa»²²⁹.

De una manera similar lo entiende también Lawrence Kramer en *The hum of the world. A philosophy of listening*, pero con la gran diferencia de que Kramer se empeña en poner lo «*audible*» (sic) en el lugar que le corresponde, sacar lo *auditable* del espacio de dominio visual histórico para concederle la importancia que merece²³⁰. Sin embargo, también es consciente de que el reinado de la imagen es un problema porque las imágenes se prestan más fácilmente que el lenguaje a usos manipulativos.

La auscultación, no sólo se ha convertido en mucho más que una técnica de escucha especializada en el campo de la medicina, sino que sembró el camino a la invención de aparatos de escucha, —como el teléfono estereofónico, asevera Szendy—. Además, la auscultación «se ha convertido en un paradigma general, desde Nietzsche en adelante, para cuestionar los ídolos o las ideologías»²³¹. Sugerencia ésta que viene a confirmar, una vez más, la idea compartida por Sterne, Cook y Thompson (por citar solo tres) de que la noción de escucha procede de un amplio contexto susceptible al cambio cada vez que se transforman las estructuras sociales y/o culturales.

Si nos centramos exclusivamente en la música, a partir de este momento podría decirse que existen dos vertientes: una de quienes defienden el estudio del sonido como método para afrontar la historia de la cultura y como disciplina en sí misma (Jonathan Sterne, Michael Bull, Jason Satnyek, Sumanth Gopinath y otros); otra de quienes obligan a la escucha a servirse del sentido de la vista, como es el caso de Martin Elste. Hay quien va más allá, asumiendo la supremacía de lo visual ante cualquier otra forma de comercialización de la cultura, como lo ejemplifica

²²⁹ SZENDY, *En lo profundo de un oído...*, p. 86.

²³⁰ KRAMER, LAWRENCE: *The hum of the world. A philosophy of listening*. (University of California Press, 2018). Versión Libros de Appel.

²³¹ *Ibid.*, p. 112.

Peter Szendy en *Le supermarché du visible* de 2017. También encontramos trabajos que analizan la escucha como un fenómeno necesariamente multisensorial²³².

El problema en las afirmaciones de Szendy en lo que se refiere a la escucha es que siempre tiene en los sonidos fílmicos y teatrales su punto de mira, abandonando la escucha de música en sí misma como un medio para la apreciación estética *per se*. Tanto el cine como el teatro son artes audiovisuales, y aunque Szendy no habla de la escucha musical, parece dar por sentado que para todos los modos de escucha se haga imperativo el recurso de la vista. Szendy se retroalimenta de Benjamin a la hora de describir un espacio cargado de imágenes en la era de la reproductibilidad técnica²³³. El espacio icónico es el producto de una historia: la de la circulación general y la mercantilización de las imágenes y las vistas. Szendy asume la teoría marxista si tenemos en cuenta que su concepción es la de que los sentidos no son órganos inmediatos y sencillamente sensoriales, sino más bien órganos sociales. Los sentidos son de alguna manera «artefactos» (*artéfacts*), «artículos históricamente manufacturados» (*articles historiquement manufacturés*), construidos en base al amplio contexto en el que se enmarcan²³⁴. Peter Szendy introduce el término *iconomía* (*iconomique*) para referirse a la mecanización y mercantilización del cine y de sus consecuencias en una sociedad centrada en lo icónico y lo visual con alcance hasta el presente²³⁵. En este sentido es heredero de los postulados benjaminianos, algo que Szendy admite abiertamente.

El nítido recorrido de la historia cultural sobre la empatía que realiza J. Rifkin en su libro *The empathic civilitation* (2009), considera que toda la historia de la humanidad puede ser dividida en cuatro modelos culturales de comunicación: 1) las culturas orales cuya conciencia es claramente mitológica; 2) las culturas con escritura empapadas de una conciencia que Rifkin denomina teológica; 3) las culturas con imprenta, claramente ideologizadas, que dieron paso al conocimiento sistematizado y el Humanismo y; 3) las culturas electrónicas de marcado carácter para la asistencia de una conciencia psicologizada. En este sentido, Rifkin coincide con la misma idea del solipsismo de otros muchos otros pensadores contemporáneos.

²³² Véase SUN EIDSHEIM, NINA: *Sensing sound. Singing & Listening as Vibrational Practice* (EE.UU, Duke University Press, 2015).

²³³ A pesar de que en los escritos de Benjamin hallamos comentarios sobre la grabación comercial de la música, la gran mayoría de las críticas las dirige a la mecanización de la fotografía y del cinematógrafo. “Con la fotografía, el valor de exhibición comienza a vencer en toda la línea al valor ritual” (BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2017, [1933], p. 26). «Otra cosa sucede con una toma en el estudio cinematográfico. Aquí lo reproducido ya no es una obra de arte, y la reproducción tampoco [...]» (*Ibid.* p. 76).

²³⁴ SZENDY, PETER: *Le supermarché du visible. Essai D'iconomie* (Paris, Les Éditions de Minuit, 2017), p. 15

²³⁵ *Ibid.* p. 18.

La individualización, la consciencia del ser de uno mismo como individuo autónomo, surge en torno al Neolítico en las sociedades agrarias y ganaderas hidráulicas. Según Rifkin, el auténtico autorreconocimiento del individuo acelera el proceso en el transcurso desde las culturas orales a las escritas. Las culturas orales se basaban en el habla y la escucha como medios de preservación de la cultura, el conocimiento y la tradición. Es por ello por lo que las culturas orales anteponen la escucha y el habla sobre los aspectos visuales-textuales. El oído era considerado el mejor sentido, el más interiorizado y el que más conectaba al individuo con su entorno social y natural²³⁶. El futuro de la cultura dependía de una buena praxis de la escucha como medio de preservación del saber, el conocimiento, los remedios curativos, las diferentes religiones, la cocina, la caza, la pesca, etc. Por este motivo las culturas orales son sumamente participativas en cuanto a que el oído tiene una función envolvente. El oído es a la vez el sentido más interiorizado, más íntimo y personal²³⁷.

Karin Bijsterveld, matizando la idea de Attali acerca de que la ciencia siempre ha intentado mirar el mundo, asume que los profundos cambios producidos en la filosofía natural en los siglos XVI y XVII, y la nueva confianza en la observación y la experimentación como fuentes legítimas de conocimiento, así como la creciente importancia de la imprenta como vehículo de comunicación, dieron lugar a una situación en la que nuestro conocimiento científico del mundo pasó a expresarse cada vez más en términos visuales²³⁸. Sirva como ejemplo que en alemán existe el término *farbenhören* para referirse a la sensación de las impresiones de color al escuchar sonidos específicos, un término que es la suma de *farben* y *hören*, colores y escuchar, y que no tiene equivalente en castellano y otras lenguas²³⁹.

Antes de la imprenta, la cultura oral fortalecía la escucha comunitaria a través de la lectura grupal. El aspecto social de la lectura y la escucha salían ganando. Con la imprenta y su necesidad de orientar la vista al texto impreso, la lectura comienza a trocar en una actividad individual y silente. Desaparece el sonido compartido del habla en voz alta y con él, la vibración de

²³⁶ En contra de esta opinión encontramos la idea de Bruce R. Smith, quien sigue a su vez a David Howes al afirmar que «la división entre oralidad y alfabetización es radicalmente modernista y eurocéntrica, al considerar que se trata de una evolución histórica inevitable de la oreja al ojo». Al menos en los siglos XVI y XVII, al igual que en la Edad Media, continua Smith, la escritura no fue tanto un desafío hacia la autoridad oral como una garantía de esta; véase ERLMANN, VEIT (ed.): *Hearing cultures. Essays on sound, listening and modernity* (Nueva York, Berg, 2004), p. 32.

²³⁷ RIFKIN, *La civilización empática*...p. 200.

²³⁸ Dice Bijsterveld: «Estas afirmaciones deben matizarse diciendo que los profundos cambios que se produjeron en la filosofía natural en los siglos XVI y XVII, y la nueva confianza en la observación y el experimento como fuentes legítimas de conocimiento, así como la creciente importancia de la imprenta como vehículo de comunicación, dieron lugar a una situación en la que nuestro conocimiento científico del mundo pasó a expresarse cada vez más en términos visuales»; BIJSTERVELD, *Mechanical sound*..., p. 40.

²³⁹ Lo más parecido a *farbenhören* que tenemos en español es la sinestesia.

la voz, lo corpóreo y físico que tiene el sonido. Aumentó el carácter individual de la lectura y la escucha interior y solipsista.

Pasar de estas culturas orales a las culturas escritas generó un cambio de paradigma en la conciencia desde lo aural hacia lo visual. La escritura adquirió enseguida un estatus superior como medio para la preservación, la transmisión del conocimiento y la cultura, apartando a un lado la tradicional cultura oral, del lenguaje y de la escucha. Este es el principal motivo por el que la modernidad ha impuesto un modelo de acercamiento con el mundo que prioriza lo visual. Decía McLuhan que los países del Primer Mundo tienden a reforzar lo visual en el sentido de conceder importancia a la tipografía, pero que en los países que conforman el Tercer Mundo el tipo de cultura predominante es todavía oral-auditiva, la misma que la de la cultura occidental anterior a la imprenta²⁴⁰. Si la etnografía, como indica Gary Tomlinson, centra su método de estudio en las culturas orales, la historiografía ha escogido el escrutinio de las huellas escritas. Tal vez por ello es por lo que la musicología tradicional tiende a pasar de puntillas por los factores sociales que afectan a la escucha de la música. Donde la etnografía prioriza describir un espacio atemporal de la cultura, la historiografía sigue el cambio a través del tiempo. Cuando la etnografía analiza los fenómenos colectivos del inconsciente cultural, la musicología investiga la conciencia del autoconocimiento histórico²⁴¹.

Recordemos que fue alrededor de 1800 cuando el texto musical representa la íntima expresión personal del genio compositor, su obra, su legado. Un texto profético debidamente idolatrado y representado con el máximo cuidado, boato y respeto. Una admirada y secular idolatría al genio y a su obra. Una cultura textual que pone de manifiesto el carácter secular de la composición y la interpretación. Un ritual cuasi litúrgico que trasmuta al compositor en profeta y a su partitura en un texto sagrado venerable. Un ritual performativo en el que el director oficia la lectura del texto sagrado para que los acólitos escuchen en silencio reverencial al autor-genio a través de su obra. Un ritual custodiado por la crítica especializada que sentencia y hace cumplir la profecía, obligando a seguir los supuestos planes dictados por el compositor²⁴². Una cultura visual orientada a la lectura del texto, que prevalece por encima de las demás culturas a pesar de haber mitologizado la obra del compositor y metamorfoseado su figura en genio.

Esta era la cultura del texto escrito. Hoy nuestro cerebro piensa en imágenes. Como indica Neil Postman, sólo con oír el nombre de Richard Nixon, Jimmy Carter o Albert Einstein, a

²⁴⁰ MCLUHAN, *La aldea global*...pp. 88-89.

²⁴¹ TOMLINSON, GARY: "Musicology, anthropology, history" en CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), pp. 31-44.

²⁴² Véase SMALL, CHRISTOPHER: "Summoning up the dead composer" en *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998), pp. 87-93.

nuestro cerebro acuden inmediatamente imágenes, nunca palabras. Lo mismo ocurre si pensamos en objetos. Y a pesar de todo, esta norma no se cumple cuando pensamos en presidentes estadounidenses del siglo XVIII, por ejemplo. No recordamos su imagen porque: «Ésta es la diferencia entre pensar en una cultura centrada en la palabra y pensar en una cultura centrada en la imagen»²⁴³. También establece la diferencia entre el número de medios de comunicación disponibles en cada época, o, como dice Postman, de «vivir en una cultura que ofrece pocas oportunidades de ocio, y una que las ofrece en abundancia»²⁴⁴.

Dice Postman, refiriéndose a los siglos XVIII y XIX: «El muchacho que sigue el arado con un libro en la mano, la madre leyendo en voz alta para su familia un domingo por la tarde, el comerciante leyendo los anuncios sobre la llegada de los últimos barcos; esos lectores de antaño se diferenciaban notablemente de los actuales». Y sigue:

Había poca oportunidad de lectura ocasional entonces, dado que no se disponía de mucho tiempo para ello. La lectura debía contener un elemento sagrado, de lo contrario, por lo menos debía tener lugar un ritual semanal investido de un significado especial. [...] Lo que se leyera se tenía que hacer con seriedad, intensamente y con un propósito definido. [...] Para esta gente, la lectura significaba tanto su conexión con el mundo, como su apreciación del mismo. La palabra impresa revelaba, línea por línea y página por página, que el mundo era un lugar serio, coherente y manipulable por la razón y mejorable mediante la crítica lógica y relevante²⁴⁵.

Lamentablemente, la liberación del tiempo en la posmodernidad no ha implicado una inversión en la lectura, sino en formas de ocio de consumo fácil y totalmente visual. El uso masivo de los medios de comunicación del siglo XX ha desequilibrado todavía más la balanza cognitiva y sensorial. El impacto ha conducido a una nueva epistemología de la cultura centrada en el consumo instantáneo de lo visual y alejada de la cultura textual que había pervivido hasta mediados del siglo XX. Un medio que nos aleja de la lectura profusa, profunda y valorizada ante la escasez de objetos-libros y del tiempo disponible de lectura. La abundancia y la inmediatez están adocenando la cultura. En palabras de Postman, —que recuerdan a su vez a Guy Debord— hemos pasado de la «Era de la Disertación» propia de la cultura de los siglos XVIII y XIX, a la «Era del Mundo del Espectáculo» cuyos brotes verdes asomaron ya a finales del siglo XIX. El mundo del espectáculo instantáneo ha llegado exigiendo la futilidad de la atención, la profusión de ruidos e imágenes, contenido audiovisual obsoleto. Un mundo que necesita del cambio

²⁴³ POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985]), pp. 54-55.

²⁴⁴ *Ibid.* p. 55.

²⁴⁵ *Ibid.*

súpito de imágenes y de escuchas²⁴⁶. El ruido posmoderno es un ruido visual. Puro espectáculo centrado en las pantallas como medio de exhibición de la necesaria bulla del aspecto visual de nuestra existencia líquida. La inmediatez de nuestras vidas convertidas en negocio de lo ocular. Un ruido translúcido, poco nítido, exclusivamente óptico, silencioso y sordo.

La lectura en voz alta, el *clara lectio* de la Edad Media, reforzaba la primacía del oído sobre la vista, un oído que era común y compartido, es decir, «una audición ajena»²⁴⁷. La oralidad necesitaba al menos de dos interlocutores, la lectura en voz alta también, pero la lectura moderna abraza el silencio privativo²⁴⁸. La conversión de lo oral-aural en lo visual implica la transformación del paradigma social-grupal en un esquema de lo individual y personal, de la exposición a lo íntimo. Aunque sabemos que buena parte de las lecturas compartidas inundaban el espacio público conformado por un pueblo analfabeto, con la alfabetización de las sociedades, la lectura se convertiría en una práctica privada. (Existe un grupo de investigadores que se posicionan en contra de la supremacía de lo visual como un hecho reciente. Entre ellos están Constance Classen (1993), Hannah Arendt (1980), Don Ihde (1976), Veit Erlmann (2004). Por ejemplo, Ihde y Classen afirman que la clasificación estandarizada de los sentidos en la cultura occidental, en la que la vista ocupa la posición más alta, seguida del oído, el olfato, el gusto y el tacto, se originó en tiempos de Aristóteles)²⁴⁹.

La sociedad en torno a los sistemas cibernéticos es predominantemente visual²⁵⁰. Las imágenes se han transformado en mercancías²⁵¹. Publicidad visual repleta de metáforas que inducen al deseo, al dinero, al sexo y al poder. La cultura visual sirve a la instauración de una identidad de mercado. Un consumo de ostentación que para el geógrafo estadounidense David Harvey ha superado los símbolos de la riqueza, el estatus, el prestigio, el poder y la clase que le eran propios a la sociedad burguesa para consolidarse como bienes de consumo masivo. Una asimilación simbólica a la que se ha llegado con el poder de las imágenes de las sociedades

²⁴⁶ Algunos estudios han demostrado que la duración de los planos secuencias en películas, vídeos musicales, anuncios, etc., es cada vez menor. De los ocho u once segundos de los años sesenta hemos pasado a 4 o 6 segundos en el cine contemporáneo, incluso menos. Los vídeos musicales muestran secuencias en torno a los dos segundos de duración.

²⁴⁷ Lo opuesto a *clara electio* era *sibi legere*, que quería decir, leer para uno; véase ANDRÉS, RAMÓN: *Filosofía y consuelo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2020), p. 455.

²⁴⁸ RIFKIN, J: “El cerebro teológico y la economía patriarcal de la Antigüedad”, en *La civilización empática...* pp. 179-247. En este interesante capítulo Rifkin analiza cada una de las cuatro culturas (oral, escrita, imprenta y electrónica) desde el punto de vista de la empatía, lo que implica relaciones de socialidad y aislamiento.

²⁴⁹ véase BIJSTERVELD, *Mechanical sound...*, p. 39 e IHDE, DON: *Listening and voice. Phenomenologies of sound* (State University of New York Press, 2007, [1976]).

²⁵⁰ POSTMAN, *Divertirse hasta morir...* p. 31.

²⁵¹ HARVEY, *La condición de la posmodernidad*, p. 318.

posmodernas. Ya no hay creadores de cultura sino transmisores que invierten en medios tecnológicos para procesar la recepción de los productos culturales e influir sobre ellos²⁵².

Algunos investigadores del mundo social y filosófico creen que está comenzando un retorno a la cultura auditiva. Unas conductas que desplazan la hegemónica visualidad de la TV impuesta en los años cincuenta. Uno de estos investigadores es el ya recurrido Jeremy Rifkin, para quien la vista es el sentido menos íntimo y más abstracto. La principal tesis de Rifkin es que «la conciencia oral depende del oído, mientras que la escrita depende de la vista»²⁵³. Si la vista supone una experiencia individualizada, exploratoria y la centramos en otras personas, por el contrario, el sonido provoca una «sensación de conciencia envolvente». Por eso en las culturas orales la vida se vive públicamente, en sociedad. Por eso la noción de intimidad, el estar a solas, fue considerada en algunos momentos de las culturas aurales con cierto recelo, como un síntoma de locura.

Otra voz que resuena a favor del auge de lo sonoro, aunque no participa de la misma cronología que la de Rifkin, es la suscrita por el filósofo alemán Peter Sloterdijk, quien critica que la filosofía occidental, al menos entre el periodo que va de Platón a Hegel, ha priorizado siempre a lo visual, a la vez que ha mantenido «una relación más bien desdeñosa con la realidad del oído»²⁵⁴. La pretensión de Sloterdijk es la de recuperar el espacio filosófico de lo sonoro, de lo sonoro entendido como construcción ontológica del ser. Para la consecución de esa recuperación se sirve de la pugna histórico-filosófica entre la vista y el oído. Dice Sloterdijk que la «mediática inflación de imágenes» nos está conduciendo a una reconversión que «no permite sostener más tiempo la absolutización de la visión»²⁵⁵. Es necesaria una reconversión como parte de un «pietismo popular auditivo». Una reconversión que debe estar encabezada por «una renovada revolución conservadora con la que un tipo de hombre europeo antiguo [...] intenta atrasar [...] su declinación en la civilización mediática desintimada».²⁵⁶ Si para Sloterdijk el ojo «es un mundo de la distancia» que no envuelve y que sitúa «al borde» del mundo al vidente, por el contrario, el oyente «no conoce ningún enfrente», ningún exterior frontal, sino que se encuentra «suspendido e inmerso en el espacio auditivo»²⁵⁷. El vidente *está* en el mundo, el oyente *es* en el mundo. El oyente no es un mero contemplador de lo que ocurre a su alrededor

²⁵² *Ibid.*, p. 321.

²⁵³ RIFKIN, *La civilización empática...*p. 200.

²⁵⁴ SLOTERDIJK: *Extrañamiento del mundo* (Valencia, Pre-Textos, 2016, [1998]), p. 286.

²⁵⁵ *Ibid.*

²⁵⁶ *Ibid.*

²⁵⁷ *Ibid.* p. 287.

vital sonoro, sino que el sonido penetra en él, lo conduce y lo dirige hacia su propio ser, lo inunda dentro de sí²⁵⁸.

Lejos de esta concepción filosófica, desde el aspecto puramente fisiológico y sensitivo, el ya citado Michel Chion considera que:

[...] en muchos casos donde juega lo que llamamos *imantación* espacial, es la visión de la fuente la que “capta” la audición, y la que dicta el sentimiento de localización. Oímos el sonido de donde lo vemos venir, incluso de donde sabemos que viene más que de donde nos llega, lo que supone que las dos localizaciones, la que establece la vista y la que suministra la audición, no siempre concuerda²⁵⁹.

Se ha demostrado que cuando se oye música en espacios cerrados, en las salas de concierto, una luz tenue mejora la escucha por encima de una luz fuerte o la obscuridad absoluta. En cuanto a la música amplificada, también se ha demostrado que, si el altavoz está a la vista del oyente, la capacidad de sorprenderlo disminuye ante un aumento repentino del volumen. Es necesario recordar que las condiciones de escucha de la música grabada son distintas a las de la música en vivo. Se sabe que hoy en día, sobre todo entre los jóvenes, una grabación acompañada de una acción visual tiende a llamar más su atención, mientras que la escucha *per se* parece invitar al joven oyente a la distracción. Por otra parte, en el mismo momento que el oyente reconoce que se trata de una grabación que puede oír cuando lo desee, «el sonido ya no es el efecto de la escucha», dice Chion²⁶⁰.

También suele ocurrir que una escucha repetitiva añade capas que profundizan progresivamente en las características sonoras e incluso las formales o estructurales. Cada vez que se escucha la misma música grabada, se perciben elementos que en una primera escucha no fueron captados. En general, cada vez que escuchamos una misma grabación, la hacemos nuestra, la añadimos a nuestro imaginario, a nuestra identidad. Escribe Chion: «Un sonido fijado oído varias veces no es por fuerza siempre escuchado, aislado por la escucha, pero no deja de imprimir forma, un conjunto de rasgos, y la multiaudición, incluso cuando no hay una actividad consciente, no deja de ser constitutiva»²⁶¹. Es decir, una escucha repetitiva cincela una imagen

²⁵⁸ Una crítica a esta postura la plantea Vit Erlmann quien considera que la dicotomía entre la visión y la audición y la idea de que la vista nos remite a la superficie y el oído al interior, no es más que un cliché que tiene su origen en las ideologías subjetivas burguesas del siglo XIX, y en el caso concreto de la escucha musical, de la teoría estética del Romanticismo. Véase ERLMANN, *Reason and resonance...*, p. 23.

²⁵⁹ CHION, MICHEL: *El sonido* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998]), p. 46.

²⁶⁰ *Ibid.*, p. 251.

²⁶¹ *Ibid.*, p. 252.

de la obra, como si de una música programática se tratase. Toda la historia de la producción discográfica puede explicarse como técnicas que han buscado manipular la forma en que escuchamos para compensar la experiencia auditiva del escuchar sin ver.

Es muy importante señalar que lo que hoy se denomina escucha atenta siempre ha estado respaldado y facilitado por indicaciones complementarias que guían al oyente visual, verbal y emocionalmente a través de lo que escucha. Lo vimos al comienzo de la tesis al tratar el factor psicológico. Bien sea leyendo la partitura, estructurando los enunciados y las explicaciones de las notas al programa de un concierto, bien sea mirando directamente al escenario, o una producción en DVD o BlueRay desde el sofá de nuestro hogar, bien mediante la escucha de los comentarios y las explicaciones de un guía turístico en un viaje a un país o una región que no conocemos, bien como fondo de una película o caminando por un parque, bien como recuerdo y memoria de la historia, el elemento visual condicionará y determinará la forma en la que percibimos la música. Siempre han existido tropos que asocian determinadas imágenes y creencias con una música determinada²⁶².

Pocos son los momentos en los que una escucha se encuentre aislada del entorno visual. Sirva como ejemplo, la declaración de intenciones que hace Christopher Small en *Musicking*, pues no es otra cosa que la trayectoria visual del ritual de la música como performance. La vestimenta, el espacio físico donde suena la música, las actitudes y comportamientos, la estructura comercial que facilita la interpretación, son elementos claramente definitorios de los diferentes estilos y géneros de música. Cada imagen representa un estricto modelo de conducta, unos hábitos y unos rituales. No menos sobresaliente que el trabajo de Small es la descripción que hace Richard Leppert en *The sight of sound* sobre el cuerpo, el espacio y las actitudes de la escucha a partir del legado pictórico de los siglos XVIII y XIX.

Lipovetsky revelaba en *La pantalla global* (2009) que el cine desde los años ochenta no es más que la «imagen-exceso», la «imagen-velocidad» o la «imagen-profusión» de nuestra cultura contemporánea. Los anuncios, las luminosas vallas publicitarias, el cine y la televisión, los teléfonos y las tabletas electrónicas, los relojes de pulsera digitales y los ordenadores, son dispositivos que necesitan de pantallas. Todo aquello que deba ser comercializado se manifiesta en atractivos luminosos. El tiempo destinado al ocio consume nuestra atención a través de pantallas. Y si algo no es visible simularemos que existe. Pantallas que brotan o cuelgan de las paredes y los techos en las estaciones de metro, en el bus y el tren, los aeropuertos, en los

²⁶² THOERAU, CHRISTIAN y HANSJAKOB ZIEMER: *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (New York, Oxford University Press, 2019), p. 5. Dentro del mismo libro tiene especial interés la segunda parte “Listening ideologies and instructions”, pp. 145-227.

centros comerciales y en las salas de espera de los hospitales, en las calles de los núcleos urbanos, bolsas de inversión internacionales, baños públicos, coches, caravanas, etc.

Pues bien, la era del *streaming* desborda lo visual alcanzando tintes inéditos. El cine, la televisión, el DVD o el BlueRay y las series en *streaming* se han consolidado en la cultura del ocio audiovisual tardomoderno. Ya vimos que las series en streaming en plataformas como Netflix o Amazon están desplazando a la escucha de música en el tiempo de ocio. En *La búsqueda del algoritmo*, Ed Finn, profesor y director fundador del Center for Science State University, reconoce:

Si Apple y Google pretenden dominar nuestras relaciones con búsquedas, accesos e información personal, el portal de series y películas a la carta en Netflix pretende adueñarse del tiempo libre que invertimos en los vídeos de entretenimiento. Si bien es menos omnipresente que Google, la influencia de la compañía en la cultura digital sigue siendo llamativa: durante un día cualquiera de 2014, en sus momentos álgidos, alrededor de 1/3 de todos los datos descargados de Internet correspondían a archivos en streaming de Netflix. Hacia finales de 2013, los 40 millones de suscriptores estaban viendo 1000 millones de horas de contenidos al mes²⁶³.

Nos movemos real y virtualmente en un mundo atestado de imágenes. Somos una cultura impresa en constante retroceso. Tal es el poder de la vista que estamos continuamente rodeados de luminosos diseñados para captar nuestra atención inconsciente o activa. En la jerarquía occidental de los sentidos, el ojo domina al oído, asevera la profesora de la Universidad de Maastricht Karin Bijsterveld²⁶⁴. Estamos rodeados de sonidos que nacen para ser obviados porque así nos lo han enseñado. También existen sonidos de la visión y vistas de la escucha. Es decir, existen cruces sensoriales necesarios, cosas que pueden verse sólo bajo determinadas condiciones auditivas y cosas que sólo pueden ser escuchadas bajo determinadas condiciones visuales²⁶⁵.

En cuanto a la música clásica, estudios recientes han demostrado que el componente visual de las performances modifica la valoración del público. Se ha demostrado que un músico

²⁶³ FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* (Barcelona, Alpha Decay, 2018), p. 159.

²⁶⁴ BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008), p. 2.

²⁶⁵ KRAMER, LAWRENCE: *The hum of the world. A philosophy of listening*. (University of California Press, 2018), 131. [There is a sound of vision and a sight of listening. This statement does not refer to synesthesia, but to sensory crossings inherent within each sense. There are things that can be seen, or seen well, only under certain auditory conditions, as if sound were parting a curtain. There are things that can be heard, or heard well, only under certain visual conditions, as if a sight were striking a note on a tuning fork].

atractivo obtiene mejores valoraciones sobre la música que interpreta. Ver el cuerpo y la cara acentúan la expresividad del intérprete. La exageración en los movimientos y gestos obtienen críticas más favorables que las interpretaciones más estáticas. En 1990, Klaus-Ernst Behne publicó los resultados de un curioso experimento. Se grabó un vídeo de un pianista interpretando composiciones de Brahms y Chopin. Luego se montaron otros vídeos con la música original, pero con el playback de pianistas estudiantes que actuaban como dobles fingiendo interpretar la misma música. Estos montajes y el vídeo con el audio original se proyectaron a un público formado por noventa y tres oyentes, entre los que se encontraban cuarenta y tres estudiantes de música, treinta profesores profesionales de música y veinte no músicos. El resultado fue que tan sólo una oyente supuso que la banda sonora era la misma en todos los casos²⁶⁶.

Nos advertía Schafer que nuestra cultura tiende a cambiar los oídos por los ojos. Decía que vivimos tan inmersos en lo visual que incluso los investigadores acústicos ilustran sus trabajos con diapositivas, gráficos e imágenes en lugar de con sonidos,²⁶⁷. Un cambio que a criterio de Schafer supone un retroceso, ya que la cultura aural atrae al individuo hacia adentro y la visual lo hace hacia afuera. Empero, la esperanza de Schafer de recuperar el oído ha fracasado. Nuestra cultura atrofia el oído, nos impide escuchar con atención. Un dominio visual que separa el sujeto del objeto y lo conduce a una agresividad que alimenta el ruido²⁶⁸. Hasta que no volvamos a entender que el silencio no implica la ausencia de vida, será muy difícil revertir esta situación.

Hasta el lenguaje que empleamos para hablar de la escucha o el oído manifiesta la supremacía de la vista. Las locuciones “he visto el concierto de Año Nuevo”, “he oído el concierto de Año Nuevo” (casi nadie diría he escuchado), o “he estado en el concierto de Año Nuevo”, tienen muy diferentes interpretaciones y significados. Asistir, presenciar, acudir y sobre todo “ir” o “ver” un concierto son expresiones usadas hoy en día cuando queremos anunciar nuestra presencia física como oyentes en un acontecimiento. «Hallarse presente», dice la RAE para el verbo presenciar. Esta expresión se extiende a otros idiomas. Según nuestra idea moderna, mediada y tecnologizada sobre los conceptos de ver y oír, nadie antes de la fonografía afirmaría haber escuchado un concierto, a sabiendas de que la asistencia física implica el doble recurso de los sentidos de la vista y el oído.

²⁶⁶ BEHNE, KLAUS-ERNST y CLEMENS WÖLLNER: “Seeing or hearing the pianist? A synopsis of an early audiovisual perception experiment and a replication”, en *Musicae Scientiae* 15(3), 2011, pp. 324-342.

²⁶⁷ *Ibid.*, p. 11.

²⁶⁸ *Ibid.*, p. 12.

Imagen 30. Times Square (New York) en el siglo XXI



Time Square, Nueva York. Imagen tomada de www.pisxabay.com

Cuando decimos he visto el concierto de Año Nuevo estamos haciendo referencia a una mediación visual que antepone el ojo al oído. Aunque se dé la doble acción de ver y escuchar, prevalece el verbo ver sobre el de oír, y así lo expresamos. Nadie que haya “visto” en vivo el concierto de Año Nuevo, diría lo he oído o escuchado, salvo aquellos que lo hayan hecho por la radio, dado su carácter estrictamente aural y lejano en el espacio. Lo importante aquí es el uso que hacemos del verbo “ver” que impone y hace prevalecer la vista sobre el oído, aún cuando muchos no hayan estado sentados delante del televisor.

Por tanto, la expresión “ir a un concierto” implica hoy necesariamente la presencia física del oyente. “Ver un concierto” no tiene por qué implicar la presencialidad, y se usa habitualmente tanto para la asistencia en vivo como para la mediación audiovisual. Por último “escuchar un concierto” implica hoy en día la ausencia del sentido de la vista y el uso necesario de una mediación tecnológica. Así, para las tres acciones, ir a un concierto, ver un concierto y escuchar un concierto, necesariamente se exige de sensación aural y sin embargo prevalecen las expresiones que se refieren a lo visual.

Antes de que llegase la televisión, las fotografías de las carátulas, los periódicos, los carteles, anuncios, etc., se utilizaban para mostrar la mejor cara de los artistas. Desde la década de 1950 en adelante el componente visual de la música ha explotado todas sus posibilidades, primero con la televisión, seguida de los vídeos VHS, la MTV, los DVD e internet. Recientemente, la

importancia que YouTube está teniendo entre los jóvenes anima a encumbrar la cultura de lo visual. Muchos jóvenes son incapaces de escuchar música que no esté acompañada de imágenes. El éxito del vídeo musical radica en que ofrece al seguidor la posibilidad de vivir una experiencia cercana al intérprete, con subtítulos, información adicional sobre la grabación o el intérprete, y en el caso de los vídeos grabados en directo, la experiencia de vivir —o revivir— la verosimilitud del concierto en vivo²⁶⁹.

En contra de estas modas, algunos estudiosos han demostrado que la privación de la vista en la escucha mejora la selectividad de frecuencia y las sinapsis de las neuronas A1 en la corteza auditiva. Lo que se traduce en que escuchar con los ojos cerrados mejora el rendimiento en la discriminación de los sonidos. «Solo el silencio, los ojos cerrados, excita la *fantasía*»²⁷⁰. También está demostrado que los invidentes muestran una mejora perceptiva de la audición con respecto al resto de individuos en aspectos como la localización del sonido, la discriminación del tono y ciertas características de ajuste espacial²⁷¹. Con estos estudios estamos en condiciones de afirmar que escucha mejor quien no hace otra cosa que escuchar, y que incluso mejora su atención si lo hace a oscuras.

Martin Elste afirma que cuando escuchamos música tendemos a creer que la percibimos completamente con nuestros oídos, pero se trata de una falacia, según él. Una impresión extendida durante todo el siglo XX ha sido creer que estamos reduciendo nuestra concentración en el sonido por el simple hecho de que el noventa y cinco por ciento de la música escuchada proviene de altavoces. Nuestra apreciación de la música sigue estando determinada en gran medida por la visualidad, alude Elste²⁷². Este tipo de escucha en el que el componente visual es importante para entender la propia función estética de la música es lo que podemos denominar escucha visual. Para Elste, una grabación no sólo representa el contenido únicamente aural, sino que también incluye un recuerdo de la situación en la que apreciamos la música como experiencia estético-holística²⁷³. Lo que quiere decir que, aunque escuchemos con los ojos cerrados, nuestro cerebro asocia los sonidos con imágenes procedentes de nuestra memoria y

²⁶⁹ SESEÑO-VALDELLÓS, ANA: “The visual album as transmedia Project: the music video and the transmedia experience in popular music”, en TORRES I SEGURA, DANIEL y JORDI ROQUER GONZÁLEZ (coord.): “New listenings, new narratives”, *Journal of Sound, Silence, Image and Technology*, N° 2, December, 2019, pp. 102-113.

²⁷⁰ HAN, *No-Cosas...*, p. 100.

²⁷¹ *Vid.* PETRUS, EMILY (et al.): “Crossmodal induction of thalamocortical potentiation leads to enhanced information processing in the auditory cortex”, *Neuron*, Febrero, , Vol. 81, 3, 2014, pp. 664-673; en [https://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273\(13\)01091-X?_returnURL=https%3A%2F%2Flinking-hub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS089662731301091X%3Fshowall%3Dtrue](https://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273(13)01091-X?_returnURL=https%3A%2F%2Flinking-hub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS089662731301091X%3Fshowall%3Dtrue)

²⁷² Véase el vídeo de MARTIN ÉLSTE en <https://www.youtube.com/watch?v=flJYinAWekc&t=125s>

²⁷³ *Ibid.*

nuestros recuerdos. Un tipo de asociación simbólico-metafórica basada en nuestras experiencias y nuestra cultura. Por tanto, para Elste no existe la escucha pura.

A partir del desarrollo de nuevas formas de producción vinculadas primero al cine y la televisión y más tarde al VHS, al DVD, al MP4 y al Blue-Ray, pasando por el malogrado LD, el aspecto audiovisual adquiriría paulatinamente gran relieve a lo largo de todo el siglo XX. Un modelo que sería absorbido por las producciones audiovisuales de la ópera y el ballet. El énfasis dirigido a este tipo de formatos desde las críticas en publicaciones periódicas —revistas, prensa diaria, revistas sobre tecnología, etc.—, reforzaron aún más el carácter teatral de la ópera y el ballet por encima del simple CD, que dejaba escapar el atractivo componente teatral y escénico. La revista *Ritmo* de octubre de 1991 se hacía eco de los reproductores Laser Disc de Pioneer: «No se conforme con la mitad, si puede aplaudir el espectáculo entero»²⁷⁴.

Hoy, inmersos en una tremenda cultura electrónica de conciencia altamente psicologizada, lo visual arrebató lo poco que quedaba de las tradiciones aurales. Todo se escribe y se graba, todo lo visual y lo aural queda registrado en la fisicidad o licuefacción de una multiplicidad de soportes analógicos o digitales.

Las exitosas plataformas de música streaming están renovando la fuerza de la cultura aural. Conectarse a Spotify, Deezer, Idagio o Primephonic, o a cualquier otro proveedor de música *online*, refuerza la escucha al margen de lo visual, siempre y cuando la única actividad sea la de escuchar. Si exceptuamos a YouTube, la música en estas plataformas debería ser escuchada, pues no premian en exceso el sentido de la vista. Mientras el poder de la individualización en el consumo de los contenidos sea la manera de ocio prevalente, la escucha mediada y personalizada seguirá abriéndose camino en la modernidad líquida.

En su reciente libro *Resonancias*, Hartmut Rosa afirma que el uso constante de pantallas en nuestra era tardomoderna tiende a la «uniformización o monomodulación de la relación con el mundo» por un lado, y por otro, la «experiencia física se ve reducida»²⁷⁵. La pantalla no solo está reemplazando con creces al libro, sino que se está convirtiendo «en el *medium* uniforme de prácticamente *todas* las relaciones con el mundo». Nuestras relaciones con el mundo son, en primer lugar, radicalmente tecnológicas y, en segundo lugar, casi completamente visuales. «Sin *fantasía* solo hay *pornografía* —señala Byung-Chul Han—. La propia percepción muestra hoy rasgos pornográficos. En ella se produce como un contacto inmediato, una copulación de imagen y ojo. Lo *erótico* se hace realidad cerrando los ojos. [...] El desastre de la comunicación

²⁷⁴ *Ritmo*, Octubre (1991), p. 180-181.

²⁷⁵ ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016]), p. 123.

digital proviene del hecho de que no tenemos tiempo para cerrar los ojos. Los ojos se ven forzados a una “continua voracidad”. Pierden el silencio, la atención profunda»²⁷⁶.

Imagen 31. Anuncio de reproductores Pioneer en Ritmo, octubre de 1991, p. 180-181.

No se conforme sólo con un compacto a sonora,
si el Laser Disc le ofrece el espectáculo completo.

Por delante en LaserDisc

Al fin y al cabo ¿que sería hoy de El Lago de los Cisnes de Tchaikovsky sin el ballet?

Usted puede disfrutar ahora de la misma calidad de sonido de su Compact Disc, acompañada de la asombrosa calidad de imagen del Laser Disc.

Los lectores de Laser Disc Pioneer abren otra dimensión en los equipos domésticos de audio-video: le ofrecen a usted, sentado en su butaca preferida, la íntegra realidad de una interpretación en vivo.

Los circuitos Pioneer de lectura óptica le garantizan la alta resolución de imagen y un bajo nivel de ruido de video, para que disfrute de una claridad de imagen tan transparente como el cristal.

Los lectores Laser Disc son compatibles, de manera que admiten los cinco formatos de discos. Esta flexibilidad le permitirá a usted la formación de una completa discoteca con los artistas y obras de su preferencia.

Si el catálogo de títulos es extenso, también lo son las prestaciones que Pioneer ofrece en sus CLD.

Como el mecanismo Alpha-Turn en el lector CLD-2600 que le permite reproducir las dos caras sin necesidad de levantarse para darle la vuelta al disco.

Laser Disc de Pioneer. No se conforme con la mitad, si puede aplaudir el espectáculo entero.

PIONEER
The Art of Entertainment

Durante los años noventa la industria tecnológica buscó desesperadamente un soporte digital que sustituyera al analógico VHS, máxime cuando ya se había conseguido digitalizar el sonido desde hacía casi una década.

Según Simon Frith, lo que la gente escucha es más importante para el conocimiento de uno mismo que lo que ve o lee. Los patrones de uso de la música proporcionan un mejor mapa de la vida social que los hábitos de ver o leer. La música se usa ahora para marcar el territorio privado hasta el punto en que puede llegar a invadirlo. La música se ha convertido en un elemento tan profundamente empleado que puede provocar en el oyente un mal uso. Una música que está ahora tan manoseada como herramienta emocional que su mal empleo es realmente perturbador²⁷⁷.

²⁷⁶ HAN, BYUNG-CHUL: *No-Cosas. Quiebras del mundo de hoy* (Barcelona, Penguin Random House, 2021), p. 100.

²⁷⁷ FRITH, SIMON: “Music and everyday life” en CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003), p. 101.

El teléfono móvil es llamado la cuarta pantalla: las otras tres son la TV, el cine y el monitor del ordenador. Excluyendo al móvil, las videoconsolas, y los reproductores de MP3 y MP4, el resto de pantallas no permiten su portabilidad. La ubicuidad de la imagen que, junto al empaquetado de las experiencias y su acceso a través de internet, son dos de las características más importantes de la última fase digital. En la escucha portátil el aspecto visual lo conforma el contexto urbano. El complemento a lo aural es la propia vista del oyente en movimiento. La escucha con auriculares es capaz de crear burbujas auditivas que subjetivan el entorno. La retina captará el caos del tráfico y las luminosas y ruidosas calles, pero el auricular lo acalla todo. El mapa visual de las vivas imágenes del entorno predominantemente urbano se modifica a gusto del oyente mediante el oído, no con la vista. Un oyente que se siente protagonista de un film cuya banda sonora controla por completo.

La historia cultural puede ser descrita a través de los modelos comunicacionales. Las culturas orales dieron paso a las culturas con escritura, éstas a la cultura teológica, y ésta a su vez a las culturas de la imprenta. Más tarde surgieron las culturas electrónicas caracterizadas por la conciencia psicologizada, una conciencia que abandona las prácticas orales-aurales y textuales. Desde la aparición de la televisión en los cincuenta el fortísimo empaquetado de imágenes no ha cesado de crecer. Ahora bien, para algunos, esta cultura del espectáculo visual parece estar sufriendo un leve retroceso gracias a un tímido enfoque que desea poner en valor de nuevo la cultura aural, merced al auge de las plataformas de streaming. Otros, y yo mismo, consideramos que el mundo virtual está diseñado por completo para ser mostrado en pantallas y que la escucha pura, la escucha por sí misma, ha sufrido tal retroceso desde la década de 1980 que será necesario un nuevo enfoque cultural que, sin abandonar ciertas prácticas tecnológicas, pueda poner en valor la escucha a través de un cambio epistemológico en los campos de la cultura, la educación y los medios de la información. En definitiva, y como indica Bijsterveld, el sonido nunca puede llegar a tener un verdadero valor y significado en una cultura orientada a lo visual²⁷⁸.

²⁷⁸ BIJSTERVELD, *Mechanical sound...*, p. 235.

6.7. EPÍGOLO DE UNA BREVE HISTORIA DE LA ESCUCHA

En el intento por trazar una historia de la escucha, bien debemos acudir en búsqueda de elementos definitorios de cambio, sean estos estéticos, compositivos, filosóficos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos o de otra índole. Dependiendo del factor de análisis que apliquemos los resultados sobre la escucha son distintos. El intento de conjunción de todos estos elementos nos lleva a concluir que existen seis etapas de escucha a lo largo de la historia moderna. La primera de estas etapas ocupa la segunda mitad del siglo XVIII. Aunque durante las dos últimas terceras partes de siglo ya se anticiparon en algunos autores determinadas estéticas que anticipaban el idealismo, no deja de ser un periodo en el que la imitación de la naturaleza, la importancia al texto y el lenguaje sobre lo puramente musical, y la ausencia de una subjetividad en el autor que queda reflejada en sus composiciones, definen este periodo. Un periodo que bien podríamos llamar etapa de la escucha retórica-objetiva. La imitación, La mimesis de la naturaleza prevalece sobre lo subjetivo y contemplativo, en definitiva, sobre la estética. La música es fruto de un trabajo, no de una inspiración. Suele ser visto como un periodo frío en la escucha, una escucha distante, pasiva para el oyente, completamente física y aparente. La obligación de que el oyente escuche recae en la capacidad del compositor a la hora de usar las estrategias adecuadas cercanas a la retórica.

La segunda etapa comprende las tres primeras décadas del siglo XIX. Es un periodo de transición marcado por la introducción de la subjetividad y el auge de la individualidad como consecuencia de las revoluciones sociales y políticas. La responsabilidad de escuchar con atención recae ahora en el propio oyente, no en el compositor. Se asimilan las obras de Beethoven como eje de hallar lo absoluto en el arte, y se instaura la hegemonía de la música instrumental alemana. La gran fisura con respecto al primer paradigma se deja ver en torno al año 1800, aunque se consolida a lo largo de la segunda mitad del siglo XVIII, cincelada por la aparición de las Bellas Artes y la Estética, entendida ésta como la rama de la filosofía que se pregunta por la belleza del arte. Alimentado a su vez por la filosofía kantiana y el idealismo, por la transformación sufrida en la partitura y reconceptualizada en este periodo en obra única y auténtica, además de por la transfiguración que sufre un compositor convertido ahora en genio, surgirán nuevos métodos de entender y apreciar la música que acabarían transformado los modelos de percepción y la escucha a finales del siglo XVIII. Este modelo estético pasó al siglo XIX y de este al XX. Nuestras actitudes actuales de escucha le deben mucho al periodo comprendido entre 1790 y 1830.

La escucha se convierte en un arte en sí mismo en esta época, no sólo arropada por los escritos estéticos, filosóficos y críticos dirigidos a la música, sino a través de elementos relacionados con la atención escuchar, como fueron la invención del estetoscopio, la normalización de los ruidos inéditos provenientes de la industrialización, así como de los adelantos en la investigación acústica, el telégrafo y el teléfono. A comienzos del siglo XIX, los mejor dotados para la escucha fueron aceptados como *listeners*, mientras que los estadios inferiores quedaban reservados para reprobados *amateurs* y *connoisseurs*. Esto viene a demostrar que los usos del lenguaje contemporáneo y el ideario que lo soporta provienen de esta época. Sin embargo, también debemos tener en cuenta que los usos del lenguaje no tienen fines completamente inocentes. Por el contrario, aunque se haga inconscientemente, queda vinculado a la mentalidad y a la actitud que moldea de forma un tanto encubierta al oyente y la escucha²⁷⁹. Así, el arte de escuchar, tal y como lo entendemos hoy, no es más que un constructo que se remonta a la segunda mitad del siglo XVIII, se consolida durante los siglos XIX y XX, y solo comienza a cuestionarse a comienzos del XXI.

En la adopción de este segundo periodo de escucha estuvo implicada la estética prerromántica del *Empfindsamer Still*, pero también algo tan pragmático y aparentemente trivial como las leyes de protección intelectual aprobadas en Francia en 1791 y 1793, dentro del nuevo marco que abría la Revolución Francesa en cuanto al concepto de autonomía y emancipación del individuo. Estas leyes nutrieron la metamorfosis del compositor en un artista autónomo, original, auténtico y genial, tocado por la mano divina. Asumir que la escucha de música debía ser concebida como un arte, idea forjada definitivamente a comienzos del siglo XIX, conllevaba la asunción de un aprendizaje y una cierta refinación. Consecuentemente, considerar la escucha estética o artística como la mejor de las posturas frente a otras, también es asumir la consecución de determinados sesgos políticos. Convertir la escucha en un arte formó parte de un discurso asociado no solo a la percepción estética de la escucha, sino a una construcción meditada con claros fines sociales y políticos.

La autenticidad de la obra de arte, que anhela su autonomía, el valor que la obra posee en sí misma, y la concepción del trabajo del compositor entendido como una genialidad, cuyo texto es motivo de veneración casi religiosa, exigían incondicionalmente un oyente postrado, abatido, exhausto, en actitud mística y contemplativa. El respeto al genio y su obra exigían del oyente una actitud veneración y del acto de la interpretación una ceremonia. Esta actitud estética quedaría validada durante las primeras décadas del siglo XIX frente a otras posturas. Si la obra es

²⁷⁹ CHION, MICHEL: *Sound. An acoulogical treatise* (US. Duke University Press, 2016), p. xviii.

el texto divino, el compositor será una especie de Dios creador que da forma a su obra bien al estar poseído por la divinidad, aunque siguiendo las reglas (Mozart), bien por ser poseedor de atributos naturales y legitimado para infringir las normas (Beethoven). Si la sala de concierto es el lugar sagrado que congrega a los acólitos, el director de orquesta no será más que el oficiante de esa ceremonia. Siguiendo el símil litúrgico, la crítica periodística asumirá el papel de juez encargado de vigilar el respeto a la palabra divina y de mantener viva la última voluntad del compositor. Y el público, subsumido por la obra y el genio divino, no tendrá más remedio que afrontar el único papel que queda en semejante acto de dramatización y performance, el de ser la congregación que acude a adorar y rendir pleitesía al texto divino y su creador. Una congregación silente, inerte, respetuosa, anónima y homogénea. La tarea de educar al público burgués europeo y norteamericano en este nuevo papel que debía asumir en la performance dominaría todo siglo XIX. La responsabilidad de lo que hay que escuchar y cómo se debía hacer recaerá a partir de 1830 en el público oyente y no en el propio compositor como ocurría antes de esta fecha. Es la primera vez en mucho tiempo que al oyente se le hace responsable de la escucha, exigiéndole invertir cierto esfuerzo en esa empresa.

De comienzos del siglo hasta alrededor de 1840 se instaura esta escucha atenta, dirigida a un público que muestra abiertamente una actitud mística y contemplativa plenamente romántica. Este segundo paradigma coincide con un periodo progresivo de escucha atenta en el que se implanta progresiva y desigualmente una conducta respetuosa y silente. Primero en las salas de conciertos y los salones privados de la burguesía europea y británica, y ya en la segunda mitad del siglo en los teatros de ópera, con un mayor énfasis tras la inauguración del Bayreuther Festpielhaus de Wagner en 1876.

Aunque no ocurre en todos los países por igual, alrededor de 1830 y 1840 surgen nuevas formas de entender y percibir las obras, dividiendo el siglo XIX en tres fases en cuanto a la construcción discursiva de la escucha. De 1830 a 1850 se da lo que hemos llamado la escucha romántica-subjetiva y que coincide con el tercer periodo de escucha de la modernidad. Las obras instrumentales adquieren plena autonomía, a la vez que asumen ser las transmisoras de la vida del compositor en un acto plenamente subjetivo e inconsciente. El oyente es el único responsable principal de lo que escucha. Es la época de las grandes sinfonías beethovenianas y la construcción de un ideario emocional, en algunos casos ascético y místico; un ideario que todavía influye en los modos de escucha actuales.

Esta estética romántica deja paso a la estructura formal a partir de la década de 1850 como influencia de los escritos de Eduard Haslick y un cambio en el rumbo de la filosofía. La música instrumental se convierte en música absoluta y plenamente autónoma. Una vez consolidada la

estructura del concierto burgués —gracias al empleo de los programas de mano, los libros de etiqueta y la crítica especializada en diarios—, la tarea de Hanslick y Schopenhauer no sería otra que la de remarcar la importancia de un oyente que escucha ahora no con la actitud místico-contemplativa, sino que será juzgado por su capacidad para comprender la forma de la obra a través de su estructura interna, una idea formalista que podemos rastrear ya en algunos escritos de Kant. Es el cuarto periodo que aquí he llamado estructural y que ocupa la segunda mitad del siglo XIX. Ya no se trata de la emoción paroxística *per se*, sino de la comprensión narrativa como medio imprescindible para alcanzar el placer. Si antes de 1840, los momentos de atención podían ser más o menos laxos y se sientan las bases en el respeto, las exigencias que una escucha estructural requiere obligarán al oyente a adoptar el patrón oro de escucha. Una escucha intensa y que no acaba hasta el final de la obra, con el difícil objetivo de observar el todo, un todo unitario y coherente. De este modo es como la escucha subjetiva y mística transfigura en estructural. Y, a pesar de que el modelo de escucha cambie, el canon de obras y el respeto a la ceremonia siguen reforzando y legitimando a las clases de acomodo.

Los dos modos de escucha, la del oyente estructural y la del romántico subjetivo, convivieron en la segunda mitad del siglo XIX. Ambas formas de escucha requerían de un oyente serio y atento. Una vez consolidada esta escucha atenta en el mundo occidental a finales del siglo XIX, la música grabada vendrá a modificar tímidamente algunas premisas y convenciones románticas, a pesar de que la grabación solo pudo tomar como referente el único modelo disponible proveniente de la música clásica en vivo. Es por esto por lo que la grabación siempre salió perdiendo cada vez que se hablaba del concepto de original o auténtico. Al ser la grabación un intermediario que intercede entre el intérprete y el oyente, a este quinto periodo de percepción lo llamo escucha mediada tecnológicamente, y comprende el periodo desde más o menos 1900 a alrededor de 1970. Es el segundo gran periodo en la construcción de la escucha atenta, enmarcado por su definitiva implantación a finales del siglo XIX en toda Europa y Estados Unidos y los primeros escritos de Adorno en torno a 1930. La presunción de que la escucha atenta es superior sigue consolidándose en los circuitos musicales burgueses, a la que ahora hay que sumar la música reproducida en fonógrafo, gramófono y radio. Aunque los medios para la escucha fuesen distintos, aunque se diese una auténtica mediación tecnológica, las actitudes atentas se mantuvieron más o menos intactas hasta bien entrado el siglo XX, máxime en lo que a la música clásica se refiere. De este modo, la burguesía cruzaba al siglo XX asimilando la misma actitud de escucha, solo que ahora sentado en sus salones de estar.

Los discursos de la academia reforzaron el carácter aurático de la música en directo, fortaleciendo la distinción entre el arte natural y el artificial reproducido mecánicamente. A la

música grabada no le quedaba más remedio que reflejar la experiencia del concierto en lugar de intentar explorara nuevas sensaciones sonoras al amparo del desarrollo tecnológico. Solo fue a partir de la década de 1920 cuando la grabación, y sobre todo la radio, comenzaron a modificar algunos de los patrones tradicionales de escucha atenta. La producción en masa no solo llegaría a cuestionar las convenciones asumidas por el periodo anterior, sino los distintos modos de aproximación al arte y la cultura, así como su distribución y acceso. Un acceso antes reservado a unas pocas élites, pero abierto cada vez con más frecuencia a las clases humildes. Como consecuencia de ello, hasta se llegó a cuestionar el estatus asimilado por la alta cultura desde hacía siglos.

El periodo de 1920 a 1950 experimentó la defensa vehemente del carácter aurático que había rodeado la música en vivo de la alta cultura burguesa. Parte del método de esta defensa consistía en el ataque a los nuevos sistemas de producción de masas, sobre todo los ataques dirigidos al gramófono y la radio, vistos como aparatos que conducían a la decadencia del arte. Desde la Escuela de Frankfurt, y en concreto, la Teoría Crítica iniciada por Max Horkheimer y continuada por Theodor Adorno, el éxito alcanzado por la música de carácter popular y los aparatos de reproducción empleados para su escucha serán el blanco de sus críticas. La vehemencia de estos escritos condujo a considerar éste un periodo de crisis de la escucha atenta dentro del mundo de la academia. Un periodo en el que se propusieron nuevos modelos aurales fuera de la música clásica a la vez que eran desprestigiados con dureza desde Frankfurt, donde abogaban por recuperar las actitudes silentes y atentas que reforzaban la escucha estructural. En este sentido, es necesario salir en defensa de Walter Benjamin, proponiendo entender su concepto de aura, no como una pérdida de la originalidad, unicidad y autenticidad, no como una especie de epifanía, sino como un signo de liberación del carácter aurático concedido durante el siglo XIX al ritual exclusivamente burgués. Es necesario entender esta sensación de crisis de la escucha atenta dentro del inestable marco histórico-político del periodo de entreguerras. A pesar de todo ello, las convenciones que privilegiaban el patrón oro de la escucha se mantuvieron vivas gracias a las ideas procedentes de Frankfurt, aforismos que serían absorbidos por la musicología alemana de las décadas de 1950 y 1960.

Una vuelta a la escucha atenta se corresponde con los intentos por recuperar el modelo burgués, que supuestamente se había visto perjudicado por los medios de masas. Desde la Escuela de Frankfurt, sustentada por la acidez de sus críticas, se alegó una pérdida del espacio unificador y reivindicador de la cohesión de las salas de conciertos del siglo XIX, aunque en realidad, podemos interpretarlo como un miedo subyacente ante la competencia que suponían los nuevos medios de expresión artística y los medios que daban acceso a él. Después de la Segunda Guerra

Mundial y hasta finales de la década de 1970 se consolidan las teorías adornianas en el musculado mundo germano de la musicología, teorías que incluso pasarán a la música grabada matizadas a través del concepto de alta definición, merced a la labor de revistas especializadas en tecnología del sonido grabado. Es la época de la formación de los grandes Estados del bienestar, de los derechos sociales y sindicales, de la bonanza y el *baby-boom*, de la defensa por la igualdad de género y raza, de los movimientos pacifistas. Si a comienzos de siglo se vislumbró la posibilidad de que la cultura llegase a las masas, fue en este periodo cuando —al amparo del LP, la radio FM, la cinta magnética, el cine y la televisión, la música popular (sobre todo el jazz, que comenzaba a conquistar estratos antes reservados a la burguesía)— se cuestionan los modelos aurales previos, reclamando para sí el mismo estatus alcanzado por la música clásica. Al tiempo que una sección de la musicología de tinte tradicionalista y positivista renunciaba, *soto voce*, al proyecto igualador de la cultura, la música popular abría una brecha cultural que todavía no ha cicatrizado. El entorno que rodea la música clásica continuó aplaudiendo la jerárquica distribución del oyente cuya cumbre ocupaba el «experto», al mismo tiempo que la etnomusicología, la sociología y los estudios culturales aunaban esfuerzos por difuminar esos espacios de distinción.

A finales de la década de 1970 rebrotaron conceptos abanderados por la recuperación de la libertad económica después de la guerra, pero cuyo objeto no era otro que desregular todo aquello que el Estado había centralizado en las tres décadas anteriores. Este momento se corresponde con el sexto y último periodo de la escucha que llamamos posmoderno. Es ahora cuando el Estado del bienestar comienza a descomponerse. Se cultiva al individuo en una búsqueda de la cobertura personal y hedonista de unas necesidades inventadas que lo alejan de los compromisos sociales propios de la *communitas*. Los sistemas personales de escucha como el Walkman y la digitalización de la música anidaron en este proceso en el que el individuo actúa para sí mismo fortalecido por las “tecnologías del yo”.

La escucha de música de las cuatro últimas décadas ha tendido progresivamente a esta individualización, abandonando la escucha familiar y grupal de música grabada de la era de la radio. La personalización de los contenidos dirigidos por la industria acentúa el carácter individual de la escucha. Los últimos cuarenta años experimentan un mundo de paradojas. Por ejemplo, la escucha del *low hi-fi* gana terreno en un mundo altamente tecnologizado, la omnipresencia de la música también lo hace en una sociedad dispersa y desatenta. La paradoja de vivir siempre conectados pero anegados por el sentimiento de soledad. O la reorganización del modelo de negocio de la industria discográfica justo en el momento de la historia de la humanidad en el que más música se escucha. La paradoja que supone el surgimiento de un ciberespacio como

lugar de encuentro que acaba reforzando el individualismo, la personalización y la destradicionalización. O la gran paradoja de llevar suministro y acceso a internet a lugares en donde escasea la comida o se violan los derechos humanos fundamentales. Una época en la que la expresión metafísica, la meditación y la contemplación retroceden. En donde la escucha atenta ya no es posible dada la vorágine de las vidas líquidas y la velocidad acelerada que exige el cambio permanente. Un mundo lleno de música que no se escucha, donde la atención queda disipada por el ruido de fondo, la exageración, y la sobreabundancia. Una música convertida en ruido en los espacios públicos compartidos. Un mundo en donde el arte devaluado es convertido en ocio. En donde se acentúa la omnivoridad, dados los tintes altamente globalizados de la cultura y la glotonería. Una época que comercializa con el tiempo destinado a una escucha de música grabada que no se escucha. Nuestro tiempo es convertido en dinero por grandes empresas del ocio. Un tiempo escaso en la vida acelerada posmoderna.

La escucha atenta se devalúa en la posmodernidad. La profundidad y la meditación están en claro retroceso y cada vez más se consolida una percepción superficial combinada con la multitarea. Con la desmaterialización del mundo que supone la digitalización, desaparecen los recuerdos y los rituales. El soporte, único reducto material que le quedaba a la música, también desaparece. Ello provoca la desmaterialización de la escucha, que es convertida ahora en exceso de información, en ausencia de verdad y de compromiso. Lo hiperreal ha reconvertido la realidad en simulacros. No importan los hechos, sino el efecto, la apariencia y la eficiencia. La emoción y los afectos desestabilizan la escucha seria. Para reaprender a escuchar es necesario recuperar el control de nuestro tiempo. La fidelidad, el compromiso y las obligaciones, son prácticas que requieren tiempo. La confianza, las promesas y la responsabilidad también son prácticas que requieren un espacio y una duración.

A pesar de la extraordinaria omnipresencia y el carácter exhibicionista que la música ha adquirido en los últimos tiempos, a pesar de que la música está más presente que nunca, cada vez se aleja más de la contribución artística para abrazar la mera funcionalidad. Oponerse al ruido que emerge por doquier en forma de música es enfrentarse al propio progreso, objeción mal vista desde la era industrial. Eliminar el ruido de fondo es renunciar al progreso. ¿Y quién sería tan insensato como para oponerse a tal empresa? Hoy, a la sordera fisiológica producida por el ruido de ambiente hay que añadir la sordera interior, la intelectual. Es esta la consecuencia que la devaluación del arte y la cultura están sufriendo en los tiempos recientes, merced a la hinchazón de contenidos, a la infantilización de las conductas y la memoria de pez, al puntillismo en el consumo de contenidos. ¿Qué porcentaje de toda la música que invade cada vez

más espacios es escuchada por alguien? No es que la música esté hoy en todas partes, sino que absolutamente toda la música está en absolutamente todas partes.

7. CONCLUSIONES

A lo largo del tiempo la musicología ha acumulado y analizado datos sobre el estatus social de los músicos, el desarrollo técnico y económico de los instrumentos musicales, las biografías de los compositores, el análisis de las obras, los programas, la recepción, las *performances* y la vida musical en general. En algunos casos hemos interpretado esos datos para construir objetos del conocimiento amparados por la intuición y la metáfora, hallando relaciones entre las obras, los lenguajes y su recepción. En suma, hemos investigado la creación, la interpretación y en menor medida el público. Un público al que se le ha tendido a asignar cierto carácter anónimo y homogéneo. Aún cuando se ha hablado de públicos en plural, su estudio se ha perfilado solo como un mínimo intento deslavazado por intentar acabar con ese carácter homogéneo. Un público que, por otro lado, se considera eje focal para los estudios sobre la *performance*, pero que desdeñamos una vez acabada la interpretación sin ofrecer una solución de continuidad a su estudio. Atendemos las respuestas del público mientras suena la música, pero esquivamos preguntarnos por la manera en que ha sido percibida.

El reciente interés hacia la escucha y su estudio se ha abordado desde perspectivas tan diversas como la neurociencia, la psicología, los estudios culturales, los *sound studies*, la sociología de la música, la filosofía, la pedagogía musical, la estética o la musicología. Un interés con apenas veinte años de existencia pero que no queda contenida en una disciplina concreta. La multidisciplinaria de enfoques invertidos en las investigaciones conlleva el empleo de metodologías también diversas y en algunos casos distantes. Las cuestiones en torno a cómo se escucha, qué posturas adoptan los oyentes y por qué asumen esas conductas, son algunas de las temáticas que quedan reagrupadas en lo que desde comienzos del siglo XXI se ha convenido en llamar el *auditory turn*, *acoustic turn* o *aural turn*. Como todo lo que concierne a la esfera de los oyentes plantea cuestiones sobre el contenido y el significado de la música, además de todo lo referente a la expresión y el efecto, la representación y la apreciación, y la comprensión o el mero disfrute, las respuestas al cómo escucha el público se han hallado en campos diversos de conocimiento.

Desde que James H. Johnson se preguntara en 1995 por las audiencias del París revolucionario, se han ampliado el número de enfoques dedicados al análisis de la escucha. Ya en el nuevo milenio han colaborado algunos investigadores al estudio de la experiencia de la percepción aural: el concepto de *musicking* de Christopher Small, la perspectiva de la escucha como hábito de Judith Becker, el enfoque de lo que Eric Clarke denomina la «ecología de la escucha», o la escucha entendida como sociología de lo cotidiano de Tia DeNora, son algunos de los

ejemplos que invocan la importancia del análisis aural como medio para entender otras facetas vinculadas a la *performance* y la experiencia de la escucha. Los programas de conciertos, los libros de etiqueta, la correspondencia personal, la crítica periodística o las representaciones gráficas del acto musical, son algunas de las fuentes empleadas en el descubrimiento de la percepción. Pero las propias fuentes empleadas por la historiografía tradicional son de gran utilidad si ponemos el foco de atención en aspectos que han tendido a pasar inadvertidos hasta hace poco.

Que no hayan sido muchos los investigadores preocupados por abordar el estudio de la escucha de música y que los pocos intentos se hayan llevado a cabo en época tan reciente, puede llevarnos a pensar que no sea este un tema de interés, o tal vez que lo espinoso de tal empresa haya frenado cualquier intento de sistematización. Las pocas historias existentes sobre la escucha y los oyentes se han centrado; 1) en proporcionar los argumentos que legitiman la capacidad de entender las estructuras de las obras; 2) en cuestiones psicológicas y subjetivas; 3) en el análisis de las conductas tanto individuales como sociales adoptadas en la escucha de la música en vivo o grabada. Pensadores anteriores se empeñaron en trazar pirámides jerárquicas que privilegiaban a los oyentes mejor versados (Forkel, Haslick, Adorno), alimentando un discurso posterior que caló en el mundo anglosajón afanado en aplaudir al oyente estructural y con el fin de delimitar los espacios entre buenos y malos oyentes, que a su vez indujeron la asimilación de una serie de sesgos.

La comprometida polarización entre la escucha atenta y la distraída obedece a una dicotomía entre lo legítimo y lo espurio, entre lo elevado y lo banal, entre la alta escucha y la baja escucha, la escucha explícita y la implícita, la buena y la mala escucha, pero también entre la alta y la baja cultura. Es lícito preguntarse por los mecanismos que han participado en la asunción de esa dicotomía. He intentado demostrar quiénes y de qué manera colocaron a la escucha estructural en el lugar privilegiado que todavía ocupa dentro del mundo académico. Si la escucha es la adopción de una norma y una convención estética, así como una conducta visible a los demás, categorizar a los oyentes sirvió para legitimar unas conductas sobre otras, muchas de las veces con el objeto de establecer diferencias de clase en base a determinados patrones rituales y en los que el compromiso por la escucha atenta tenía buena literatura. ¿Cómo podremos saber alguna vez si realmente se trataba de una escucha sincera y atenta o tan solo de una actitud más o menos cínica y ostensible, necesaria para mantener el estatus?

Si partimos de la definición de escucha como el conjunto de aquellas experiencias entendidas en base a reacciones cognitivas o emocionales que se originan en un complejo sistema de ideas y comportamientos que definen lo que significa la música, a qué propósito sirve y cómo se

percibe (Thorau y Ziemer, 2019, p. 21), quizá una de las mayores aportaciones de esta tesis sea originar un marco teórico que sirva para el análisis de ese conjunto de reacciones, ideas y comportamientos que definen la manera en la que nos aproximamos a la escucha de música como percepción y experiencia. Así, de la hipótesis inicial sobre la posibilidad o no de sistematizar el análisis de la escucha, extraje aquellos factores más capaces de originar ese complejo de ideas conducentes a determinadas actitudes, comportamientos y rituales, que son adoptados a través de convenciones mediante el influjo de un corpus de elementos que engloban aspectos sociales, culturales, filosóficos, estéticos y tecnológicos.

La ausencia de una metodología común para el análisis sistemático de la escucha de música dificulta que podamos establecer un marco teórico capaz de ofrecer fundamentos sólidos para su investigación. Por eso, en el trabajo de sistematización de una teoría aplicable al estudio de la escucha tuve que abordar primero el problema metodológico. Y es por ello por lo que la propia metodología forma parte obligatoriamente de estas conclusiones, pues abordar un nuevo marco epistemológico puede ser en sí mismo parte de la hipótesis, la tesis y las conclusiones.

A partir del empleo de un método propio de análisis, elaboro una teoría en base a las características y los factores que son capaces de incidir en la escucha. Es decir, de mi pregunta inicial acerca de cómo escuchamos la música hoy en día, se desprenden otras interesantes cuestiones sobre las características de la escucha y la posibilidad que existe de elaborar una historia de la percepción que tenga un fundamento teórico sólido. Preguntarnos por los factores que inciden en la percepción es sólo una de las posibles vías de entrada para la construcción de un marco teórico estable. Es esencial conocer los elementos que pueden ayudarnos a describir la escucha y que son capaces de dirigir nuestros hábitos, modales y rituales vinculados a la percepción. Para hallar esos factores recurrí, por un lado, al análisis profundo de las historias de la escucha publicadas hasta el presente; y por otro, al estudio de las diferentes clasificaciones existentes sobre los tipos de oyentes y formas de percepción aural, curiosamente elaboradas desde el mundo de la pedagogía musical, la composición de música contemporánea y en menor medida por la musicología. De aquí, extraje aquellos elementos que son compartidos. Al poner en contraste todos esos elementos, constaté que existen seis factores que coinciden: el factor fisiológico-neuronal, el psicológico, el factor vinculado al espacio físico (que también podemos llamar factor ecológico), el factor tecnológico y el factor socio-cultural.

Este grupo de factores son los que tomo para formular mi método de estudio y mi marco teórico. Así, de la aplicación de estos factores concluyo que los modos de escucha pueden dividirse en cinco categorías:

- 1) la escucha fisiológica, entendida como aquella capacidad meramente auditiva y física;

2) la escucha memorística, social y cultural que nos ofrece valiosa información sobre la historia, las convenciones, los rituales, las modas y las estéticas de escucha, así como una visión más amplia del contexto social y de los cambios de paradigma que se producen en las sociedades; cambios que influyen directamente en los modelos aurales. (Parte de la filosofía social también se ha ocupado de esta categoría de escucha);

3) la escucha tecnológica, que atiende a aquellos factores socio-técnicos capaces de crear y/o transformar contextos propios de escucha. La tecnología conduce a la portabilidad, la calidad del sonido, la ubicuidad, cambios en los rituales aurales, la democratización en el acceso a las grabaciones, construcción de sesgos de género y clase que están implícitos en la ideación, construcción y empleos tecnológicos;

4) la escucha sintáctica-semántica-estructural, que analiza la capacidad del oyente de comprender los elementos constitutivos del lenguaje musical (motivos, semifrases, frases, melodías, relaciones armónicas, pequeñas estructuras, etc.), los significados (la narratividad del discurso musical, los argumentos, la música programática, etc.) y las estructuras formales (secciones, grandes estructuras, relaciones internas entre secciones o movimientos, relaciones tonales, etc.). Este tipo de escucha obedece al entendimiento de un orden de sonidos que establecen estructuras de significado. Por eso no se puede emplear este tipo de escucha para músicas que no sean de tradicional tonal, quedando fuera toda aquella música de carácter aleatorio o que obedece modelos de construcción que no son propios de las estructuras de tradición tonal. Quedan fuera porque al oído memorístico y cultural no le queda más remedio que centrarse en los timbres, las sonoridades, los ritmos y otros elementos que quedan fuera del tejido armónico. Una subversión de la estructura musical tradicional implica, entonces, una subversión de la experiencia auditiva. Cabría preguntarse cómo podríamos llamar a esta escucha que queda al margen del carácter intencional de la música tonal.

Llego a la conclusión de que la musicología y la estética, muchas de las veces han concedido, —con o sin pretensión— demasiada primacía al oyente “mejor dotado”, capaz de distinguir los parámetros y la arquitectura musical de tradición tonal. Tal vez se hiciera con el objeto de fortalecer la autonomía de las obras o la relevancia de las biografías, los géneros y los estilos. Este tipo de escucha que llamo sintáctica-semántica-estructural fue privilegiada, entre otros, por autores como Forkel, Hanslick, Bessler o Adorno, mediante un discurso que ha sido adoptado por la academia sin un análisis previo y concienzudo. Hemos tomado como categorías de escucha aquellos intentos por establecer tipos y clases de oyentes en base a su capacidad de apreciar las estructuras de la música clásica. Este hecho ha obstaculizado una aproximación no jerarquizada de la escucha, al menos hasta finales del siglo XX. Y es por esto por lo que la mayor

capacidad para percibir la sintaxis, la semántica o la estructura de la música, siempre ha polarizado los modelos de percepción, dividiendo a todo el conjunto de oyentes entre aquellos más capaces y atentos, y los distraídos y no capacitados;

5) la escucha subjetiva-psicológica obedece a un elemento de carácter emocional, interno, individual, implícito y personal de cada oyente. Ahora bien, a pesar de que la escucha pueda ser objeto de análisis para la psicología o la neurociencia, no podemos olvidar que la escucha subjetiva forma parte de un amplio contexto que aglutina el peso de la historia y la cultura. Es imposible escuchar desde cero. Las posturas adoptadas por el individuo, sus modelos de percepción siempre están condicionadas por un amplio y abarcador conjunto de elementos históricos, sociales y culturales. Este es un campo de estudio para la neurociencia, la psicología y la filosofía, pero también debería ser fuente inagotable para el análisis en sociología de la música y la propia musicología.

Cuando Adorno traza su tipología de oyentes no hace otra cosa que emplear el factor social que le conduce a juzgar la escucha estructural. Cuando Szendy habla de “firmar la escucha” se refiere a la escucha subjetiva agotando el factor psicológico. Y cuando afirmamos que la escucha de la misma música no sugiere lo mismo cuando asistimos a un concierto que cuando estamos en casa o viajamos en metro no hacemos otra cosa que emplear el factor ecológico y tecnológico.

Una vez hallados los elementos comunes y una vez establecidas las categorías de escucha, es cuando el marco epistemológico se abre camino para una aproximación analítica de cualquier tipo de escucha y en cualquier periodo histórico. Precisamente, la mayor o menor concesión a uno de los factores señalados dentro de un determinado contexto histórico, social o cultural, conduce a privilegiar unos modos de percepción sobre otros. Tampoco es casual que el privilegio otorgado a uno de esos factores venga acompañado de cambios políticos, culturales, sociales y económicos. Y viceversa, que algunos de esos cambios en las grandes estructuras sociales hayan provocado nuevos acercamientos a la percepción. Por lo tanto, no decidimos cómo queremos escuchar, sino que, al formar parte de amplios contextos, la escucha participa en la construcción de hábitos y conductas dentro de un gran entramado sociocultural. Es por ello por lo que quise demostrar que los diferentes modos de escucha están asociados a rituales que a su vez forman parte de un conglomerado de convenciones relacionadas con la ideología y los cambiantes caracteres de socialización.

La historia de la música también es, en parte, la historia del sonido y la historia de la escucha. En el intento por trazar una historia de la escucha, al estar inmersa en un proceso constante de cambio, debemos acudir en búsqueda de elementos definitorios de tránsito, sean estos estéticos,

compositivos, filosóficos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos o de otra índole. Se puede concluir que, en base al empleo de los factores que propongo, podemos establecer una serie de periodos históricos de la escucha que comparten un mismo carácter estético. Considero que este es un avance importante, pues, como ya he comentado, las diferentes historias de la escucha han se han elaborado con diversos materiales, métodos y fuentes que dificultan cierto orden epistémico.

Así pues, a partir de la aplicación de factores estéticos, compositivos, filosóficos, políticos, sociales, culturales o tecnológicos, he propuesto seis etapas de escucha a lo largo de la historia: 1) escucha retórico-objetiva (de 1750 a 1800); 2) construcción de la escucha atenta (de 1800 a 1830); 3) escucha objetiva o romántica (de 1830 a 1850); 4) escucha estructural (1850-1900); 5) escucha mediada tecnológicamente (de 1900 a 1970) y; escucha posmoderna (de 1970 a hoy). Ahora bien, es muy importante señalar que el surgimiento de una nueva forma de percepción no implica la desaparición de los modelos anteriores. Por ejemplo, la escucha estructural no implicó la desaparición de la escucha romántica ni la escucha mediada acabó con el oyente estructural.

Más aún, si aplicamos el filtro reduccionista a la mayor o menor atención del oyente, obtenemos solo dos grandes paradigmas de la percepción de la música de los últimos doscientos ochenta años: la escucha atenta y la distraída. Lo que hoy entendemos como escucha atenta no es más que una construcción simbólica en un proceso que abarca prácticamente todo el siglo XIX. Por eso la polarización de los oyentes quedan bien reflejados en esos dos paradigmas. Las ideas que subyacen en la gran mayoría de los escritos sobre la escucha de estos casi tres siglos, han tendido a diferenciar entre quien escucha con oídos atentos, implicados y responsables, y quien emplea oídos dispersos, distraídos y no comprometidos. Esto no quiere decir que seamos hoy capaces de escuchar con los oídos de épocas pretéritas, sino que sí somos capaces de elaborar una historia de la escucha en base a las características propias de cada época que nos ayude a entender más profundamente nuestro pasado y presente musical.

Venimos dando por válidas las convenciones de escucha legadas por el Romanticismo sin una crítica profunda, adoptándolas sin comprobar que no se escucha igual un concierto que una ópera, un directo que una grabación, o una grabación que una música en *streaming*. No escuchamos igual un grupo de cámara que una gran sinfonía de Mahler ni una grabación de rock que un estándar de jazz.

Quienes ostentaron el poder de educar impusieron al resto sus propias creencias y sesgos, unas veces desde la ideología, otras desde la cultura y en ocasiones desde la política. Instruir al público en un determinado modo de escucha fue una tarea asumida por la crítica, por los propios

compositores y por las clases pudientes del siglo XIX, por las empresas de la industria discográfica a comienzos del siglo XX y por las revistas especializadas en sonido y tecnología en las décadas de 1960 y 1970. Controlar los ruidos también implica poseer el control de los modelos de producción vinculados al progreso. Lamentablemente, en esta intensa tarea por controlar al oyente, las clases más bajas y las mujeres han salido siempre mal parados. En el caso de las clases más bajas por no disponer del control de lo que debe y no debe sonar en los espacios públicos abiertos o cerrados; y en el caso de las mujeres, primero porque cuando acudían a un acto público debían adoptar necesariamente una postura sumisa, y más tarde porque las relaciones en torno a la tecnología renovaban y ampliaban constantemente lo masculino a través de la potencia en forma de decibelios y vatios.

En los setenta del siglo pasado, como consecuencia del abrasador neoliberalismo, da comienzo un periodo de escucha que necesita del oyente la dispersión de su intelecto, la difuminación de su atención y la indiferencia devocional al arte. Cualquier forma de expresión cultural debe embarcarse en un proceso que desea convertir el arte en mercado, acallando todo tipo de protesta y disidencia, toda disrupción artística que no sea cuantificable en términos económicos, que no sea susceptible de mercantilizar, o pero aún, que se oponga a las forzadas lógicas de un nuevo capitalismo abanderado por la libertad en forma de transacciones. El oyente atento y crítico no encaja en un mundo globalizado de consumo cultural rápido, fútil y vacuo. Ya no interesa el aficionado melómano que compra unos pocos discos y los escucha en alta definición repetidamente hasta acabar saciando su pasión por un género, estilo o artista. Más bien interesa un oyente consumidor de cultura que siga el yugo de los patrones marcados por la ingesta de la “comida rápida”, aunque sea esta de mala calidad, provoque la hinchazón de la pura materia a costa del desinfe intelectual. Apaciguar rápidamente las nuevas necesidades inventadas: he ahí el lema que oculta el nuevo mercado neoliberal de la cultura desde los setenta.

Incorporando el factor tecnológico de escucha pudimos observar que a la música grabada se le exigió imitar fielmente la experiencia auditiva de las salas de conciertos. Aquí hemos defendido que la música grabada debe ser juzgada, considerada y escuchada con sus propios parámetros, al margen de la música en vivo. Y debería ser así porque abrió el camino a nuevos rituales, nuevos medios de aproximación e inéditos experimentos con el sonido y las sensaciones, así como nuevos medios de acceso en un proceso muy positivo para la democratización de la cultura.

La escucha también forma parte de una construcción de símbolos que anidan en los rituales de socialización y en los procesos de aculturación, fusionando pasado y presente y sirviendo de puente en el traslado de los elementos culturales de ambos horizontes. Para entender la escucha

es necesario entender la sociedad, puesto que los sentidos tienen un componente histórico y cultural, tecnológico y corpóreo que evidencia nuestro propio ser. Cuando hablamos de escucha estamos haciendo referencia a la historia, la cultura, las tradiciones, la estética, la política, las convenciones y lo metafísico. Las relaciones, los vínculos entre la historia, las sociedades, las ideas y las tecnologías, abonan un camino epistemológico para el estudio de la escucha. La historiografía tradicionalista siempre mostró especial interés en la música como unidad entre la teoría y la práctica, pero también mostró indiferencia por la materia sonora en sí. Esta tesis ha pretendido salvar parte de esa indiferencia entre la música como unidad teórico-práctica y la materia sonora, entendida ésta como uno de los ejes que pivotan en la construcción de la historia social y cultural.

La escucha de música se aprende, se hereda, pues forma parte de la historia, de la tradición y el bagaje instructivo. Está sujeta a las modas y las condiciones impuestas desde la tecnología y la política, la socialización y la construcción de idearios. Es la ideología y la cultura la que determinan cómo percibimos y aprendemos; no es la música la que provoca la ideología. La escucha se convierte en experiencia al transformar nuestro acervo cultural. Cómo escuchamos es uno de los símbolos que las sociedades emplean para metaforizar un presente que se fusiona con el pasado. Por eso la escucha debe ser entendida como una fusión de horizontes simbólicos. No podemos juzgar unas músicas con los cánones impuestos por otras, del mismo modo que no podemos juzgar unas culturas con las imposiciones simbólicas de otras. Nadie escucha de cero, pues nadie prospera sin su contexto histórico y cultural. Sea cual sea la escucha no podemos obviar que los modelos de percepción forman parte del amplio contexto que influye y delimita las experiencias de los oyentes. Si, como hemos pretendido demostrar, la escucha contemplativa, atenta o artística, es un signo de control y de dominio del mundo —pues el oyente atento es quien ostenta el privilegio de detener el tiempo por un momento—, ¿tal vez sea hora de fomentar una escucha emotiva y profana, o el simple deleite como medio de liberación? ¿O tal vez, por el contrario, estemos a tiempo de recuperar al arte de la escucha y su patrón oro? Sea como fuere, mejor lo hagamos al menos siendo conscientes de que existe un itinerario histórico de escucha y unos factores que influyen en nuestros modos de percepción. No escuchemos sólo para ocultar el incómodo vacío de nuestras vidas posmodernas. Escuchemos para reconocernos en la escucha como seres falibles, razonables y sensibles. Escuchemos para dar sentido a la humildad. Si somos lo que escuchamos, creo que merece la pena seguir intentando escuchar a quien escucha.

BIBLIOGRAFÍA

- ADELL, JOAN ELIES: *La música en la era digital* (Lleida, Editorial Milenio, 1998)
- ADORNO, THEODOR W: *Filosofía de la nueva música* (Madrid, Akal, 2017, [1975])
- ADORNO, THEODOR W: *Monografías musicales* (Madrid, Akal, 2008, [1971])
- ADORNO, THEODOR W: *Disonancias. Introducción a la sociología de la música* (Madrid, Akal, 2009, [1973])
- AGUILAR, LUIS y BERTIN MARTENS: "Digital music consumption on the Internet: Evidence from clickstream data" en *Information economics and policy*, Nº. 34, 2016, pp. 27-43.
- ALCALDE DE ISLA, JESÚS: "Pautas para el estudio de los orígenes de la música cinematográfica" en *Área abierta*, Nº. 16, marzo, 2007, pp. 1-9.
- ALCÁZAR ARANDA, ANTONIO JESÚS, JOSEP GUSTEMS CARNICER y DIEGO
- ALGARRA, MANUEL MARTÍN: *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología del Alfred Schutz* (Barañáin, Ediciones Universidad de Navarra, 1993)
- ALONSO DE LOS RÍOS, CÉSAR, Arceo Bautista, et. al: *Cultura y nuevas tecnologías* (Madrid, Novatex Ediciones, 1986)
- ALONSO MARCOS, ANTONIO: *Los cambios sociales en la historia contemporánea. Del Antiguo Régimen a las redes sociales* (Madrid, Dykinson, 2016)
- ALONSO, RODRIGO: "Arte, ciencia y tecnología. Vínculos y desarrollo en Argentina" en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, mayo (2006), pp. 21-34
- ANDRÉS, RAMÓN: *Filosofía y consuelo de la música* (Barcelona, Acantilado, 2020)
- ARACIL, ALFREDO: *Música sobre máquinas y máquinas musicales. Desde Arquímedes a los medios electroacústicos* (Madrid, Fundación Juan March Serie Universitaria, 1980)
- ARACIL, ALFREDO y M.^a SOLEDAD ASENSIO CAÑADAS: *Música mecánica. Los inicios de la fonografía* (Granada, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 2004)
- ARCE, JULIO: *Música y radiodifusión. Los primeros años (1923-1936)*, (Madrid, Música Hispana. Textos: ICCMU, 2008)
- ARIÑO, ANTONIO: *Sociología de la cultura*. (Barcelona, Ed. Ariel, 2003)
- ARIÑO, ANTONIO: *Música, democratización y omnivoridad*. Universidad de Valencia. Política y Sociedad, Vol.44 Núm. 3. Universidad de Valencia. 2007
- ATTALI, JACQUES: *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música* (Valencia, Iberia de Ediciones y Publicaciones, 1977)

- AZOR HERNÁNDEZ, ILEANA et. al. (coord.): *Más allá del texto. Cultura digital y nuevas epistemologías* (Ciudad de México, Ítaca, 2016)
- BAUDRILLARD, JEAN: *Cultura y simulacro* (Barcelona, Kairós, 2016, [1978])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Modernidad Líquida* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002 [2000])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Los retos de la educación en la modernidad líquida* (Barcelona: Gedisa, 2005)
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Múltiples culturas, una sola humanidad*, (Barcelona: Katz Editores, 2008)
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, (Barcelona: Gedisa, 2011 [1998])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Socialismo. La utopía activa* (Buenos Aires: Nueva Visión, 2012 [1976])
- BAUMAN, ZYGMUNT y DAVID LYON: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013)
- BAUMAN, ZYGMUNT: *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México: Fondo de Cultura Económica, 2015 [2011])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Tiempos líquidos*, (Barcelona: Tusquets Editores, 2015 [2007])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Vida líquida*, (Barcelona: Espasa, 2015 [2005])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Miedo Líquido. La sociedad contemporánea y sus temores* (Barcelona: Paidós, 2015 [2006])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Arte ¿Líquido?*, (Madrid: Sequitur, 2015 [2007])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Amor líquido*, (Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2015 [2003])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *La Globalización. Consecuencias humanas*, (México: Fondo de Cultura Económica, 2015 [1998])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?* (Barcelona: Espasa-Paidós, 2015 [2013])
- BAUMAN, Zygmunt y David Lyon: *Vigilancia Líquida* (Barcelona: Paidós, 2013)
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Ceguera Moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*. (Barcelona: Espasa, 2015 [2013])
- BAUMAN, *Vida de consumo* (Madrid, Fondo de Cultura Económica de España, 2016, [2007])
- BAUMAN, ZYGMUNT: *Retrotopía* (Barcelona, Paidós, 2017)
- BAUMAN, *Reflexiones sobre un mundo líquido* (Barcelona, Paidós, 2017)
- BECK, ULRICH: *La sociedad del riesgo* (Barcelona, Paidós, 1998, [1986])

BECK, ULRICH: *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona, Paidós, 2017, [1997])

BECK, ULRICH y ELISABETH BECK-GERNSHEIM: *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. (Barcelona, Paidós, 2016, 2002)

BEHNE, KLAUS-ERNST y CLEMENS WÖLLNER: "Seeing or hearing the pianist? A synopsis of an early audiovisual perception experiment and a replication", en *Musicae Scientiae* 15(3), 2011, pp. 324-342.

BÉJAR, HELENA: *Identidades inciertas: Zygmunt Bauman* (Barcelona: Herder, 2007)

BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2017, [1933])

BERGER, KAROL: *Bach's cycle, Mozart's Arrow. An Essay on the origins of musical modernity* (University of California Press, 2007)

BERMAN, MARSHALL: *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad* (Barcelona, Anthropos, 2013 [1982])

BERRY, RICHARD: "Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio". *Convergence*, vol. 12, nº 2, (2006), pp. 143-162

BESSELER, HEINRICH: *Das musikalische hören der neuzeit* (Berlin, Akademie-Verlag, 1959)

BIELETTO-BUENO, NATALIA: "Regímenes aurales a través de la escucha musical: ideologías e instituciones en el siglo XXI", *El oído pensante*, Portal de publicaciones científicas y técnicas, Chile, Agosto 2019-Enero2020. Vol. 7, nº. 2 (2019), pp. 111-134

BIJSTERVELD, KARIN: *Mechanical sound. Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century* (Massachusetts, MIT Press, 2008)

BLANNING, TIM: *El triunfo de la música. Los compositores, los intérpretes y el público desde 1700 hasta la actualidad* (Barcelona, Acantilado, 2017, [2008])

BONANOMI, GIANLUIGI y RENZO ZONIN: *Musica Liquida. Spotify, Deezer e la canzone nell'era dello streaming*. (Informant, 2014)

BONDS, MARK EVAN: *La música como pensamiento. El público y la música instrumental en la época de Beethoven* (Barcelona, Acantilado, 2014, [2006])

EVAN BONDS, MARK: *The Beethoven Syndrome. Hearing music as autobiography* (Oxford University Press, 2020)

BOUILLOT, CHARLOTTE: *Spotify. El meteórico ascenso del líder de la música en streaming* (Polonia, 50minutos.es, 2017)

BRIDLE, JAMES: *La nueva edad oscura. La tecnología y el fin del futuro* (Barcelona, Penguin Random House, 2020)

BRNCIC ISAZA, GABRIEL. 2004. "Algunas reflexiones acerca de la globalización del sonido electrónico y la aparición de una Tercera Práctica musical". *TRANS-Revista Transcultural de Música* 8 (artículo 14). [Consultado 7 de octubre de 2018]

BRØVIG-HANNSEN, RAGNHILD y ANNE DANIELSEN: *Digital signatures: the impact of digitization on popular music sound* (The MIT Press, 2016)

BULL, MICHAEL: "¡No dead air! The iPod and the culture of mobile listening" en *Leisure studies*, Vol. 24, nº 4, (2005), pp. 343-355

BULL, MICHAEL: *Sounding out the city. Personal stereos and the management of everyday life*, (New York, Berg, 2006, [2000])

BULL, MICHAEL: *Sound moves. Ipod culture and urban experience* (London, Routledge, 2007)

BURKE, PETER: *Formas de historia cultural* (Madrid, Alianza, 2011, [1997])

BURKE, PETER: *Historia social del conocimiento. De Gutenberg a Diderot* (Barcelona, Espasa, 2018, [2000])

BURKE, PETER: *¿Qué es la historia cultural?* (Barcelona, Espasa, 2017, [2004])

BURKE, PETER: *Historia social de conocimiento Vol. II. De la enciclopedia a la Wikipedia* (Barcelona, Espasa, 2012)

BURKE, EDMUND: *De lo sublime y lo bello* (Madrid, Tecnos, 2014)

BUSTAMANTE, ENRIQUE (coord.): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital* (Barcelona: Gedisa, 2003)

CABRELLES SAGREDO, M^a SOLEDAD: "Las conductas de esucha y recepción de la música", *Revista de Folclore*, nº 461, 2020, pp. 5-12

CANETTI, ELIAS: *Masas y poder* (Madrid, Alianza, 2017 [1960])

CALDERÓN GARRIDO: "Los modos de escucha como generadores de pensamiento musical: a propósito de François Delalande" en *Observar* 2014, 8, pp. 86-108

CALVO, MANUEL: *Filosofía para la era digital* (España: Almuzara, 2018)

CALVI, JUAN C.: "Plan integral de apoyo a la música y a la industria discográfica" en *Documentos de trabajo (Fundación alternativas)*, Nº. 95, 2006.

CAMPOS GARCÍA, JOSÉ LUIS: *Cuando la música cruzó la frontera digital. Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical* (Madrid, Editorial Biblioteca Nueva, 2008)

CASCUDO, TERESA: "Tecnología de la música digital y musicología histórica: reflexiones desde el presente", en *Tecnología y creación musical*, coord. Xosé Aviñoa (Lleida, Milenio, 2014), pp- 301-324.

CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. La sociedad red*, vol. 1. (Madrid, Alianza Editorial, 2016 [1997])

CASTELLS, MANUEL: *La era de la información. Fin de milenio*, ol. 3. (Madrid, Alianza Editorial, 2018 [1998])

CASTELLS, MANUEL: *Comunicación y poder* (Madrid: Alianza, 2016, [2009])

CASTELLS, MANUEL (ed.): *La sociedad red: una visión global* (Madrid, Alianza, 2017, [2004])

CASTELLS, MANUEL: *Redes de indignación y esperanza* (Madrid, Alianza, 2015, [2012])

CHION, MICHEL: *La música de cine* (Barcelona, Paidós, 1997)

CHION, MICHEL: *El sonido. Oír, escuchar, observar* (Buenos Aires, La Marca Editora, 2019, [1998])

CHION, MICHEL: *Sound. An acoulogical tratise* (US. Duke University Press, 2016)

CHRISTOPHER HUSS: "Une révolution audiophile", en *Diapason*, n.º. 679, Mayo 2019, pp. 20-30

CLARKE, ERIC F.: *Ways of listening. An ecological approach to the perception of musical meaning* (Oxford University Press, 2005)

CLAYTON, MARTIN, TREVOR HERBERT y RICHARD MIDDLETON eds: *The Cultural Study of Music* (Londres, Routledge, 2003)

COLLIER, PAUL: *El futuro del capitalismo. Cómo afrontar las nuevas ansiedades* (Barcelona, Penguin Random House, 2019)

COOK, NICHOLAS, ERIC CLARKE, DANIEL LEECH-WILKINSON y JOHN RINK (eds.): *The Cambridge Companion to Recorded music* (Cambridge University Press, 2009)

COOK, NICHOLAS: *De Madona al canto gregoriano. Una muy breve introducción a la música* (Madrid, Alianza, 2012, [1998])

COOK, NICHOLAS: *Beyond de sound* (Neva York, Oxford University Press, 2013)

COOK, NICHOLAS, MONIQUE M. INGALLS y DAVID TRIPPETT (eds.): *The Cambridge Companion to music in digital culture* (Gran Bretaña, Cambridge University Press, 2019)

COPLAND, AARON: *Cómo escuchar la música* (México, Fondo de Cultura Económica, 1995)

CORCIULO, PAOLO (ed.): "Da solida a liquida", *SUONO*, vol. 404 (2007), pp. 18-22

- CRUIKSHANK, JEFFREY L: *El modelo se Apple. 12 lecciones de la empresa más innovadora del mundo* (Barcelona, Planeta DeAgostini, Ediciones Gestión, 2007, [2006])
- CRUZ, MANUEL: *Filosofía contemporánea* (Barcelona, Random Pínguin House Grupo Editorial, 2019, [2002])
- DAHLHAUS, CARL: *Fundamentos de la historia de la música* (Barcelona, Gedisa, 2014, [1997])
- DALHAUS, CARL y HANS HEINRICH EGGBRECHT: *¿Qué es la música?* (Barcelona, Acantilado, 2012)
- DAY, TIMOTHY: *Un siglo de música grabada* (Madrid, Alianza Editorial, 2000).
- DE AGUILERA, MIGUEL, JOAN E. ADELL y ANA SEDEÑO (eds.): *Comunicación y música, I. Lenguaje y medios* (Barcelona: Editorial UOC, 2008)
- DEBORD, GUY: *La Sociedad del espectáculo* (Valencia, Pre-textos, 2016, [La société du spectacle, 1967])
- DELALANDE, FRANÇOIS: *Las conductas musicales* (Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2013)
- DENORA, TIA: *Music in every life* (Cambridge University Press, 2000)
- DEVOSS, DANIELLE NICOLE y James E. Porter: "Why Napster matters to writing: Filesharing as a new ethic of digital delivery" en *Computers and composition* Vol.23, Nº2, (2006), pp. 178-210
- DI GIO, FEDERICA: *La fiera mercato nell'epoca della musica liquida* (Tesi di laurea, Universidad Ca`Foscari Venezia, curso 2011/2012)
- DUPUY, D'EMMANUEL: "L'éditorial", en *Diapason*, nº. 679, Mayo 2019, p. 4
- DURÁN, JAUME y LYDIA SÁNCHEZ (eds.): *Industrias de la comunicación audiovisual* (Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona, 2008)
- ECO, UMBERTO: *Apocalípticos e integrados* (Barcelona, Grupo Editorial, 2016, [1968])
- ECO, UMBERTO: *Segundo diario mínimo* (Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, 1995)
- ECO, UMBERTO: *De la estupidez a la locura. Crónicas para el futuro que nos espera* (Barcelona, Penguin Dandom House, 2018, [2016])
- ERIKSON, MARIA, RASMUS FLEISCHER, ANNA JOHANSSON, PELLE SNICKARS y PATRICK VONDERAU: *Spotify teardown. Inside the black box of streaming music* (USA, Massachusetts Institute of Technology, 2019).

ERLMANN, VEIT (ed.): *Hearing cultures. Essays on sound, listening and modernity* (Nueva York, Berg, 2004)

ERLMANN, VEIT: *Reason and resonance. A history of modern aurality* (Nueva York, Zone Books, 2014, [2010])

FABBRI, FRANCO: "What kind of music?" en *Popular Music*, Vol.2 Theory and Method, 1982, pp. 131-143.

FABBRI, FRANCO: "Il suono in cui viviamo: inventare, produrre e diffondere musica", en *Popular Music*, Vol. 16, Nº. 3, Oct., 1997, pp. 315-318.

FABBRI, FRANCO: "Tipos, categorías, géneros musicales. ¿Hace falta una teoría?" en *Música popular: cuerpo y escena en la America Latina* en IASPM-AL, La Habana, 19-24 de junio de 2006, trad. Marta García Quiñones.

FABBRI, FRANCO: "Música, cultura y mercado: Escuchar hacia delante", en *Vocaciones musicales, profesiones culturales. Nuevos entornos profesionales para los estudios de música*, Logroño, Sociedad Ibérica de Etnomusicología, Universidad de La Rioja, 16 y 17 de marzo de 2007, trad. Marta García Quiñones.

FABBRI, FRANCO: *La música como forma de interrelación social*, II Jornades d'Estudiants de Musicologia i Jovenes Musicòlegs, Escola Superior de Música de Catalunya (ESMuC), 9 de Mayo de 2009

FÉTIS, FRANÇOIS-JOSEPH: *La música puesta al alcance de todos. O sea, breve esposición [sic.] de todo lo que es necesario para juzgar de esta arte y hablar de ella sin haberla estudiado* (Barcelona, Biblioteca Vidal, 1873)

FINN, ED: *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* (Barcelona, Alpha Decay, 2018)

FOUCAULT, MICHEL: *Tecnologías del yo y otros textos afines* (Barcelona, Paidós, 1990, [1981 y 1988])

FOUCE, HÉCTOR: "Prácticas emergentes y nuevas tecnologías: el caso de la música digital en España", en *Observatorio cultura y comunicación (Fundación alternativas)*, Nº. 02, 2009.

FOUCE, HÉCTOR: "De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha", *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, Nº. 34, Vol. XVII, 2010, pp. 65-72

FRITH, SIMON et al: *La otra historia del rock* (Barcelona, Robinbook, 2006, [2001])

FRITH, SIMON: *Ritos de la interpretación: Sobre el valor de la música popular* (Argentina, Grupo Planeta: Edición de Kindle, Spanish Edition, 2017).

FURINI, DANIELA. 2010. "From recording performances to performing recordings. Recording technology and shifting ideologies of authorship in popular music." *TRANS-Revista Transcultural de Música* 14 (artículo 7) [Consultado 9 de octubre de 2018]

FURTWÄNGLER, WILHELM: *Sonido y palabra. Ensayos y discursos (1918-1954)*, (Barcelona: Acantilado, 2012, [1982])

GARCÍA QUIÑONES, MARTA (ed.): *La música que no se escucha. Aproximaciones a la escucha ambiental*, (Barcelona, Orquesta del caos, 2008)

GARCÍA QUIÑONES, MARTA: "El cuerpo en los discursos sobre la escucha musical" en Yolanda Aixelá et al. (eds.), *Desvelando el cuerpo. Perspectivas desde las ciencias sociales y humanas* (CSIC, ed. Alta Fulla, 2010), pp. 169-179

GAROFALO, REEBEE: "From Music Publishing to MP3: Music and Industry in the Twentieth Century", *American Music*, Vol. 17, No. 3, 1999, pp. 318-354

GIDDENS, ANTHONY: "Los Medios de Comunicación", en Anthony Giddens y Philip W. Sutton (ed.), *Sociología*, (Madrid: Alianza, 2014), pp. 856-918

GINER, SALVADOR (coord.): *Teoría sociológica moderna* (Barcelona, Editorial Planeta, 2011, [2003])

GIOIA, TED: *Cómo escuchar jazz* (Madrid, Turner Publicaciones, 2017, [2016])

GLEICK, JAMES: *La información. Historia y realidad* (Barcelona, Crítica, 2012, [2011])

GODLOVITCH, STAN: *Musical performance. A philosophical study* (Londres y Nueva York, Routledge, 1998)

GÓMEZ DE ÁGREDA, ÁNGEL: *Mundo Orwell. Manual de supervivencia para un mundo hiperconectado* (Barcelona, Planeta, 2019)

GOEHR, LYDIA: *The imaginary museum of musical works. An essay in the philosophy of music* (Oxford University Press, 2007, [1992])

GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 1 (New York, Oxford University Press, 2014)

GOPINATH, SUMANTH y JASON STANYEK (eds.): *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*, vol. 2 (New York, Oxford University Press, 2014)

HALL, STUART y PAUL DU GAY: *Cuestiones de identidad cultural* (Madrid, Amorrortu, 2011, [1996])

- HAMILTON-PATERSON, JAMES: *Beethoven's Eroica. The first grate romantic symphony* (New York, Basic Books, 2017)
- HAN, BYUNG-CHUL: *La desaparición de los rituales* (Barcelona, Herder Editorial, 2020, [2019])
- HAN, BYUNG-CHUL: *La expulsión de lo distinto* (Barcelona, Herder Editorial, 2017, [2016])
- HAN, BYUNG-CHUL: *No-Cosas. Quiebras del mundo de hoy* (Barcelona, Penguin Random House, 2021)
- HARGREAVES, DAVID J.: *Música y desarrollo psicológico* (Barcelona, Graó, 2014)
- HARO, JORGE: "La escucha expandida [sonido, tecnología, arte y contexto]" en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, mayo (2006), pp. 41-48
- HARVEY, DAVID: *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural* (Buenos Aires, Amorrortu, 2017, [1990])
- HELD, DAVID y ANTHONY MCGREW: *Globalización/Antiglobalización. Sobre la reconstrucción del orden mundial* (Barcelona, Espasa, 2011, [2002])
- HOBBSAWN, ERIC: *Entrevista sobre el siglo XXI* (Barcelona, Editorial Planeta, 2016, [2000])
- HOBBSAWN, ERIC, TERENCE RANGER: *La invención de la tradición* (Barcelona, Crítica, 2016, [1983])
- HOBBSAWN, ERIC: *Historia del siglo XX. 1941-1991* (Barcelona, Planeta, 2018, [1995])
- HONORÉ, CARL: *El elogio de la lentitud* (Barcelona, RBA, 2017)
- HORMIGOS RUIZ, JAIME: *Música y sociedad. Análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad* (Madrid, Fundación autor, 2008)
- HOSOKAWA, SHUHEI (1984). "The Walkman Effect". *Popular Music*. 4, 1984, pp: 165–180
- HOWARD, PHILIP N. y Steve Jones (ed): *Sociedad on-line. Internet en contexto* (Barcelona: UOC, 2005)
- HRACS, BRIAN J., MICHAEL SEMAN, TAREK E. VIRANI (eds): *The production and consumption of music in the digital age* (New York: Routledge, 2016)
- HUSSERL, EDMUND: *Problemas fundamentales de la fenomenología* (Madrid, Alianza, 2020)
- IHDE, DON: *Listening and voice. Phenomenologies of sound* (State University of New York Press, 2007, [1976])
- IMMINK, KEES A. SCHOUHAMER: "Shannon, Beethoven, and the Compact Disc", en *IEEE Information Theory Newsletter* Vol. 57, N.º. 4, Diciembre, 2007, pp. 42-46
- INGARDEN, ROMAN: *Ontology of the work of art. The musical work. The Picture. The architectural work. The film* (Ohio University Press, 1989, [1983])

- ISAACSON, WALTER: *Steve Jobs* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2017, [2011])
- JENKINS, HENRY, SAM FORD y JOSHUA GREEN: *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red* (Barcelona, Gedisa, 2015, [2013])
- JOHNSON, JAMES H.: *Listening in Paris. A cultural history* (California, Londres, University of California Press, 1995)
- KASSABIAN, ANAHID: *Ubiquitous listening. Affect, attention, and distributed subjectivity* (University California Press, 2013)
- KATZ, MARK: *Capturing sound: how technology has changed music* (University California Press, 2010)
- KIVY, PETER: *El poseedor y el poseído. Handel, Mozart, Beethoven y el concepto de genio musical* (Madrid, Machado Grupo de Distribución, 2011, [2001])
- KRAMER, LAWRENCE: *The Hum of the World. A philosophy of listening* (University of California Press, 2018)
- KRUKOWSKI, DAMON: *The new analog. Cómo escuchar y reconectarnos en el mundo digital* (Barcelona, Alpha Decay, 2017)
- LANZA, JOSEPH: *Elevator music: a surreal history of Muzak, easy-listening, and other moodsong* (University of Michigan Press, 2003)
- LASÉN, AMPARO Y HÉCTOR FOUCE. 2010. "Música, tecnología y creatividad". *TRANS-Revista Transcultural de Música* 14 (artículo 1) [Consultado 7 de octubre de 2018]
- LEHN, DIRK VOM: *Harold Garfinkel. The Creation and Development of Ethnomethodology* (Nueva York, Routledge, 2014)
- LEVITIN, DANIEL J.: *Tu cerebro y la música. El estudio científico de una obsesión humana* (Barcelona, RBA Libros, 2018, [2006])
- LÉVY, PIERRE: *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* (Barcelona: Anthropos, 2011, [2007])
- LEPPERT, RICHARD: *The sight of sound. Music, representation, and the history of the body* (Estados Unidos, University California Press, 1995)
- LESSIG, LAWRENCE: *Cultura libre*, (Santiago, LOM Ediciones, 2005)
- LINDEN, GREG, KENNETH L KRAEMER, y Jason Dedrick: "Who captures value in a global innovation system? The case of Apple's iPod, *Personal Computy Industry Center*, Junio, 2007, California Institute of Information Technology and Telecommunications, The Paul Merage School of Business, and the Vice Chancellor for Research. [Online en <http://pcic.merage.uci.edu>.]

- LIPOVETSKY, GILLES: *La era del vacío* (Barcelona, Anagrama, 2018, [1983])
- LIPOVETSKY, GILLES: *Metamorfosis de la cultura liberal* (Barcelona, Anagrama, 2003, [2002])
- LIPOVETSKY, GILLES y JEAN SERROY: *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* (Barcelona, Anagrama, 2009, [2007])
- LIPOVETSKY, GILLES: *Los tiempos hipermodernos* (Barcelona, Anagrama, 2014, [2004])
- LIPOVETSKY, GILLES: *La felicidad paradójica* (Barcelona, Editorial Anagrama, 2013, [2006])
- LIPOVETSKY, GILLES y HERVÉ JAVIN: *El occidente globalizado. Un debate sobre la cultura planetaria* (Barcelona, Anagrama, 2011, [2010])
- LIPOVETSKY, GILLES: *De la ligereza* (Barcelona, Anagrama, 2016, [2015])
- LOVE, NANCY S.: *Musical democracy* (Nueva York, State University of New York, 2006)
- LÓPEZ-CANO, RUBÉN: *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital* (Barcelona, Musikeon, 2018)
- LYOTARD, JEAN-FRANÇOIS: *La condición postmoderna. Informe sobre el saber* (Madrid, Cátedra, 2016 [1984])
- MARCUSE, HERBERT: *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada* (Barcelona, Platea-Agostini, 1993, [1964])
- MACKENZIE, DONALD y JUDY WAJCMAN: *The social shaping of technology* (UK, Open University Press, 1999)
- MÁRQUES, ISRAEL V: "Hípermúsica: la música en la era digital". *TRANS-Revista Transcultural de Música* 14 (artículo 3) [Consultado 7 octubre de 2018]
- MARSHALL, DAVID: *Akio Morita y Sony* (Zaragoza, Luis Vives, 1995)
- MARTÍ, JOSEP: *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales* (Deriva Editorial, 2000)
- MARTÍ, JOSEP. 2002. "Música invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión". *TRANS-Revista Transcultural de Música* 6 (artículo 13). [Consultado 7 de octubre de 2018]
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (Barcelona: Anthropos, 2010, [1987])
- MCLEOD, KEMBREW y PETER DICOLA: *Criminales del copyright. Ley y cultura del samplig en la música digital*, (Asturies: Hoja de Lata, 2014)
- MCLUHAN, MARSHALL y B. R. Powers: *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI. La globalización del entorno* (Barcelona, Gedisa, 2015, [1989])

- MCQUAIL, DENIS: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (Madrid, Espasa, 2000, [1983])
- MEGÍAS QUIRÓS, IGNACIO y ELENA RODRÍGUEZ SAN JULIÁN: *La identidad juvenil desde las afinidades musicales*, (Madrid: Instituto de la Juventud-INJUVE, 2001)
- MEGÍAS QUIRÓS, IGNACIO y ELENA RODRÍGUEZ SAN JULIÁN: *Jóvenes entre sonidos. Hábitos, gustos y referentes musicales* (Madrid: Instituto de la Juventud-INJUVE, 2003)
- MENN, JOSEPH: *All the rave. The rise and fall of Shawn Fanning's Napster* (New York, Crown Business, 2003)
- MILNER, GREG: *El sonido y la perfección* (España, Léeme Libros, 2015)
- MONCHÓN MORCILLO, FRANCISCO y ANTONIO ÁVILA CANO: *Economía digital: el nuevo trono de la empresa* (Madrid, García-Maroto Ediciones, 2015)
- MONSAINGEON, BRUNO: *Glenn Gould. No, no soy en absoluto un extraño* (Barcelona, Acantilado, 2017)
- MORAES, DENIS, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano: *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información* (Buenos Aires, Editorial Biblos, 2013)
- MOSCO, VINCENT: *La Nube: big data en un mundo turbulento*. (Barcelona, Intervención Cultural/Biblioteca Buridán, 2016)
- NACENTA, LLUÍS: *A la escucha de la repetición musical*, tesis doctoral, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, 2014.
- NATHAN, JOHN: *Sony*, (USA: Mariner Books, 1999)
- NATTIEZ, JEAN JACQUES: *Enciclopedia della musica* (Turín, Giulio Einaudo editore, 2001)
- NOTARIO RUIZ, ANTONIO: *Cibermúsica: ¿Ars Nova o Segunda Modernidad?* Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2007), pp. 123-132
- NOVEMBER, NANCY: *The Cambridge Companion to the Eroica Symphony* (Cambridge University Press, 2020)
- OLIVEROS, PAULINE: *Deep listening. A composer's sound practice* (Nueva York, iUniverse, 2005)
- O. PAÍNO, FERNANDO: *Música industrial. La deshumanización del sonido* (Lleida, Editorial Milenio, 2017)
- ORWELL, GEORGE: *1984* (Barcelona, Penguin Random House, 2013, [1949])
- PAGE, CHRISTOPHER: "Listening Practice", *Early Music*, Nov. 1997, Vol. 25, No. 5, 25th Anniversary Issue: Listening Practice (Nov., 1997), p. 591.

- PARDO, CARMEN: *La escucha oblicua. Una invitación a John Cage* (Madrid, Sexto Piso, 2014)
- PAREDES, JAVIER (Coord.): *Historia universal contemporánea. Vol 2.* (Barcelona, Planeta, 2011, [1999])
- PATINO, BRUNO: *La civilización de la memoria de pez. Pequeño tratado sobre el mercado de la atención* (Madrid, Alianza Editorial, 2020, [2019])
- PEEK, HANS B.: "The mergence of the compact disc", en *IEEE Communications Magazine*, Vol. 48, N.º. 1, Enero, 2010, pp. 1-17
- PEIRANO, MARTA: *El enemigo conoce el sistema* (Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial, 2020, [2019])
- PELINSKI, RAMÓN: "Etnomusicología en la Edad Posmoderna", en *Invitación a la etnomusicología. Quince fragmentos y un tango*, (Madrid: Akal, 2000), pp. 282-297
- PÉREZ DE ARTEAGA, JOSÉ LUIS (coord.): "Centenario del fonógrafo", *Ritmo*, vol. 477 (1977)
- PICKER, JOHN M.: *Victorian soundscapes* (Oxford University Press, 2003)
- PICÓ SENTELLES, DAVID: *Filosofía de la escucha. El concepto de música en el pensamiento de Friedrich Nietzsche* (¿????? Crítica Editorial, 2005)
- PONS, ANACLET: *El desorden digital. Guía para historiadores y humanistas* (Madrid: Siglo XXI, 2013)
- POSTMAN, NEIL: *Divertirse hasta morir* (Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 2012, [1985])
- PRENSKY, MARC: "Digital natives, digital immigrants", en *On the Horizon*, MCB University Press, Vol 9, N.º. 5, Octubre, 2001.
- PRIOR, NICK: *Popular music, digital technology society* (Londres, SAGE Publications Ltd, 2018)
- RAMONET, IGNACIO (ed): *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación* (Madrid, Alianza Editorial, 1998)
- RAMOS LÓPEZ, PILAR: *Feminismo y Música: Introducción crítica* (Madrid: Narcea, 2003), pp. 31-51
- RAMOS LÓPEZ, PILAR: "Nuevas tendencias en la investigación musicológica". *Revista de Musicología*, XXVIII, 2, 1381-1401
- RAMOS TOLEDANO, JOAN: *Propiedad digital. La cultura en internet como objeto de cambio* (Madrid, Editorial Trotta, 2018)

- REBOLLO ENA, ÁLVARO: *La distribución de la música en Internet. Análisis tecnológico, marco regulatorio y modelos de negocio* (Madrid, Fundación Autor, 2003)
- RIFKIN, JEREMY: *La era del acceso. La revolución de la nueva economía* (Barcelona, Espasa, 2017, [2000])
- RIFKIN, JEREMY: *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis* (Barcelona, Paidós, 2018, [2009])
- RÍOS, WILSON RAFAEL: "Ciberpiratería-Sistemas Peer to Peer (P2P). Análisis de las sentencias en los casos Napster, Grokster, Morpheus, Streamcast y Kazaa", *Revista de propiedad inmaterial*, Nº. 12, 2008, pp.
- ROSA, HARTMUT: *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía* (Madrid, Katz Editores, 2016, [2013])
- ROSA, HARTMUT: *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo* (Madrid, Katz Editores, 2019, [2016])
- RODRÍGUEZ, PABLO L.: "La grabación como texto, el productor como editor y el compositor como intérprete: John Culshaw y Benjamin Britten (1963-1970)" en *Brocar*, Nº. 37 (2013), pp. 105-119.
- RODRÍGUEZ, PABLO: "La grabación como ideal del concierto", *Scherzo*, Nº. 291, Diciembre, 2013, pp. 85-87;
- RODRÍGUEZ, PABLO L.: "De una musicología centrada en la partitura a otra centrada en el sonido: un primer acercamiento de la discología" en AVIÑO, XOSÉ y MARTA VIDÁN (eds.): *Procedimientos tecnológicos y creación sonora* (Barcelona, Icària, 2015), pp. 101-111.
- RODRÍGUEZ, PABLO.: "Cuando el compositor perdura como virtuoso: las grabaciones de Seguí Rajmáninov para piano solo (1919-1942)", *Revista de Musicología*, Vol. 41, Nº. 2 Julio-Diciembre, 2018, pp. 713-724
- RODRÍGUEZ, PABLO L.: "Primephonic, reinventando la clásica en la era del acceso", *Scherzo*, Nº., 366, Octubre, 2020, pp. 68-70.
- SALGADO PARDO, CARMEN: "La escucha en continuidad." *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía* (2008).
- SALVAT MARTINREY, GUIOMAR y VICENTE SERRANO MARÍN: *La revolución digital y la Sociedad de la Información* (España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011)
- SANTAMARÍA, ALBERTO: *Un lugar sin límites. Música, nihilismo y políticas del desastre en tiempos del amanecer neoliberal* (Madrid, Akal, 2022)

- SANTOY, MARCUS DU: *Programados para crear* (Barcelona, Acantilado, 2020, 2019])
- SCHAFER, R. MURRAY: *Limpieza de oídos* (Buenos Aires, Melos, 2011, [1970])
- SCHAEFFER, PIERRE: *Tratado de los objetos musicales*, (Madrid, Alianza, 1988)
- SCHMIDT, ERIC y JARED COHEN: *El futuro digital* (Madrid, Anaya, 2014)
- SCHECHNER, RICHARD: "El ritual" en Schechner, Richard: *Estudio de la representación. Una introducción* (México, Fondo de Cultura Económica, 2012, [2002]), pp. 94-149
- SHOEFLER, MICHAEL y JÜGEN HERRE: "About the different types of listeners for rating the overall listening experience" en A. Georgaki y G. Kouroupetroglou (Eds.), *Proceedings ICMC/SMC/2014*, 14-20 septiembre 2014, Atenas, Grecia.
- SCHUTZ, ALFRED: "Making music together" en *Social Research*, Vol. 18, Nº 1, Marzo, 1951, pp. 76-97
- SLOTERDIJK, PETER: "¿Dónde estamos, cuando escuchamos música?" en PETER SLOTERDIJK: *Extrañamiento del mundo* (Valencia, Pre-Textos, 2016, [1998]), pp. 285-297.
- SMALL, CHRISTOPHER: *Musicking. The meanings of performance and listening* (USA, Wesleyan University Press, 1998)
- SMALLEY, DENIS: "Spectromorphology: Explaining Sound-shapes", *Organized Sound*, 2 (2): 107-126. Cambridge University Press, United Kingdom, 1997.
- STERNE, JONATHAN: *The audible past. Cultural origins of sound reproduction* (Estados Unidos, Duke University Press, 2003)
- STERNE, JONATHAN: "The mp3 as cultural artifact" en *New Media & Society*, Vol. 8, Nº. 5, Londres, SAGE Publications, pp. 825-842.
- STERNE, JONATHAN: *MP3: the meaning of a format* (United States, Duke University Press, 2012)
- STERNE, JONATHAN (ed.): *The sound studies reader*, (New York, Routledge, 2012)
- STRATHERN, MARILYN: *Partial connections* (Nueva York, AltaMira, 1996)
- SUBOTNIK, ROSE ROSENGARD: *Developing variations. Style and ideology in Western music* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 1991)
- SUN EIDSHEIM, NINA: *Sensing sound. Singing & Listening as Vibrational Practice* (UU.SS, Duke University Press, 2015)
- SUISMAN, DAVID: *Selling Sounds. The commercial revolution in American music* (London, Harvard University Press, 2009)
- SUNIER, JOHN: *The story of stereo: 1881-* (New York, Gernsback Library, 1960)

- SWAFFORD, JAN: *Beethoven. Tormento y triunfo* (Barcelona, Acantilado, 2014)
- SZENDY, PETER: *Escucha: una historia del oído melómano* (Barcelona, Paidós, 2003, [2001])
- SZENDY, PETER: *En lo profundo de un oído. Una estética de la escucha* (Santiago de Chile, Metales Pesados, 2015)
- SZENDY, PETER: *Le supermarché du visible. Essai D'Iconomie* (Paris, Les Éditions de Minuit, 2017)
- SZENDY, PETER: *Bajo escucha. Estética del espionaje* (Cantamares, 2021)
- THOMPSON, EMILY: *The soundscape of modernity. Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1933* (USA, MIT Press, 2004)
- THOMPSON, JOHN B.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona, Paidós, 2016, [1997])
- THORAU, CHRISTIAN y HENSJAKOB ZIEMER (eds.): en *The Oxford Handbook of Music Listening in the 19th and 20th Centuries* (USA, Oxford University Press, 2019)
- TOOP, DAVID: *Océano de Sonidos* (Buenos Aires, Caja Negra Editora, 2016)
- TORRALBA, FRANCESC: *El arte de saber escuchar* (Lleida, Milenio, 2014, [2006])
- TORRES I SEGURA, DANIEL y JORDI ROQUER GONZÁLEZ (coord.): "New listenings, new narratives", en *Journal of Sound, Silence, Image and Technology*, Nº 2, December, 2019.
- TORRES OSUNA, CRISTIAN DANIEL: *Particularidades y proyecciones de futuro de la industria de la música en el siglo XXI: el caso de la industria discográfica mexicana* (tesis doctoral), Universidad Complutense de Madrid, 2012
- TURKLE, SHERRY: *El defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital* (Barcelona, Ático de los libros, 2019, [2015])
- VALÉRY, PAUL: *Piezas sobre arte* (Madrid, La Balsa de la Medusa, 2005, [1960])
- VERDÚ, EDUARDO: *Música o Nada. Del walkman a Spotify, una historia de amor* (Lleida, Editorial Milenio, 2011)
- VICO PRIETO, ANTONIO: "Nadie escucha: arte, música y educación", *Afluir* (Monográfico extraordinario II), diciembre 2020, pp. 89-102.
- VILLEGAS VÉLEZ, DANIEL: "La política de la escucha. Formalismo y cuerpos sonoros" en *Cuadernos de Música, artes visuales y artes escénicas*, Vol. 7. Nº. 1 /enero- junio (2012), pp. 147-171.
- VITA, VITO: "La musica gassosa" en *Musica solida. Storia dell'industria del vinile in Italia*. (Turín, Miraggi Edizioni, 2019), pp. 349-377

- WAJCMAN, JUDY: *Esclavos del tiempo. Vidas aceleradas en la era del capitalismo digital* (Barcelona, Espasa, 2017, [2015])
- WALLRUP, ERIK: *Being Musically Attuned. The Act of Listening to Music* (Ashgate, 2015)
- WEBER, WILLIAM: *La gran transformación en el gusto musical. La programación de conciertos de Haydn a Brahms*, (Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2011).
- WEBER, WILLIAM: “Did people listen in the 18th century?”, *Early Music*, Nov., 1997, Vol. 25, No. 4, *25th Anniversary Issue; Listening Practice* (Nov., 1997), pp. 678-691.
- WILSON, CARL: *Música de mierda* (Barcelona, Blackie Books, 2015, [2014]).
- WITT, STEPHEN: *Cómo dejamos de pagar por la música. El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería* (Barcelona: Contraediciones, 2016)
- YOUNG, JAMES O: *Filosofía de la música. Respuestas a Peter Kivy*. Daniel Sáez (ed.), (Logroño, Calanda Ediciones Musicales, 2017)
- YÚDICE, GEORGE: *Nuevas tecnologías, música y experiencia* (Barcelona, Editorial Gedisa, 2007)