

La música en el marco del análisis de la cultura contemporánea: un replanteamiento teórico y metodológico

Music within the Contemporary Culture: a Theoretical and Methodological Reconceptualization

Gerhard STEINGRESS

Dpto. de Sociología. Universidad de Sevilla
gst@us.es

Recibido: 4.9.07

Aceptado con modificaciones: 5.11.07

Aceptado definitivamente: 20.11.07

RESUMEN

Partiendo de datos empíricos recientes de España y los resultados de una serie de investigaciones propias sobre la música como fenómeno sociocultural, se analizan algunas tendencias del cambio actual en el consumo musical en el marco de la dinámica cultural de las sociedades avanzadas bajo la influencia de la globalización. Especial interés se presta a la música popular y sus efectos culturales para la construcción de identidades de tipo postmoderno, relacionadas con los nuevos estilos de vida, que sustituyen las anteriores construcciones de la música étnica y nacional. Como consecuencia, se argumenta en pro de considerar la música popular como un factor activo del proceso cultural y de una revisión crítica del enfoque sociomusicológico desde la perspectiva de la cultura, para profundizar en ella a partir de una lectura revisada de algunas de las aportaciones de Adorno, Blaukopf y otros.

PALABRAS CLAVE: Música popular española, actitudes musicales, cultura postmoderna, sociología de la música, nuevas identidades, estilos de vida.

ABSTRACT

Based both on recent empirical data from Spain and the results of proper investigations on music as a sociocultural phenomenon, some actual trends in musical consumption, submitted to the cultural dynamics of globalisation within advanced societies, are analysed. Special attention is paid to the cultural effects of popular music in the construction of postmodern identities related with new life-styles as far as they replace those former ones of ethnic and national music. As its consequence, popular music is conceived as an active element in the cultural process, and a critical revision of sociomusicological access from the cultural perspective will be argued and heightened in accordance with a revised reading of some of the works of Adorno, Blaukopf and others.

KEYWORDS: Popular Spanish music, musical attitudes, postmodern culture, sociology of music, new identities, life-styles.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN: La dinámico del conocimiento. PRIMERA PARTE. 1. La música en el orfanato sociológico. 2. De la musicología comparada a la sociología de la música. 3. El lugar de la sociología de la música en el marco de la emergente sociología cultural. 4. El inminente culturalismo de la sociología cultural. SEGUNDA PARTE. 5. Enfocar la música desde la sociología. 6. El impacto de la música en la sociedad actual. 7. La realidad musical actual en España. 8. Conclusiones. Bibliografía.

INTRODUCCIÓN: LA DINÁMICA DEL CONOCIMIENTO

Durante los últimos veinte años realicé una serie de siete proyectos de investigación dedicados al papel de la música popular moderna¹ en el proceso de la construcción social de la cultura española y europea. Lo que en 1986 comenzó siendo una investigación etnográfica del cante flamenco (Steingress, 1993; 2004), pronto dio paso a una más extensa empresa, en la que pude apreciar en qué medida y con qué consecuencias intervinieron las músicas denominadas étnicas² en la constitución de diferentes identidades colectivas (Steingress 1998 a y b) y qué significado tienen actualmente en una situación de profunda difusión y confusión musical y cultural a nivel global. Una de las características más llamativas en este sentido es que la llamada música étnica bajo las condiciones de la globalización ha dejado de ser un elemento en la constitución de las identidades de determinados colectivos territorial y étnicamente constituidos, para servir como elemento librado de su contexto cultural en la construcción de identidades individuales mediatizadas por el mercado internacional. El actual carácter popular de las músicas étnicas se debe, pues, a su descontextualización, lo que permite adaptar su origen tradicional a las necesidades culturales ancladas en la vida cotidiana de las sociedades contemporáneas. Independientemente del hecho de que las culturas siempre viven del intercambio y respectivamente de la difusión de sus elementos, la aparición de una poderosa industria musical y con ella la mercantilización de las músicas tradicionales y populares han cambiado la lógica social del proceso cultural. Refiriéndonos a una tesis de Habermas (1981) podríamos concluir que la expropiación musical y cultural de lo tradicional ha creado el mercado musical mundial y puesto de relieve las discrepancias entre la lógica del sistema y la del mundo de la vida. Una de sus consecuencias son los conflictos de intereses entre el sector mercantil y los consumidores habituales que buscan un libre y desinteresado

acceso a la música, porque la consideran un elemento más de sus vidas cotidianas. De este modo comprendí que la dimensión cultural de la música es el referente más importante para el análisis de los comportamientos musicales y sus cambios bajo la influencia de los diferentes procesos que inciden en la faz de la sociedad actual en todo el mundo. En lo sucesivo llegué a la conclusión de que esta realidad cambiante genera la necesidad de reformular determinados conceptos sociológicos que nos han servido durante décadas para “pensar nuestra sociedad” (Ferrando, 1993) desde las perspectivas del siglo XXI. Como resultado del análisis sociomusicológico de casos concretos de música popular, precisé uno de los fenómenos más evidentes de la dinámica socio-cultural en la era de la globalización: la hibridación transcultural (Steingress 2002a, 2002b). Ahora bien, mi acercamiento a la música fue en todos los momentos una aplicación de los conceptos atribuidos a la sociología de la cultura, y por esta razón comprendo mis trabajos como aportaciones a esta subdisciplina. Mi involucración en el campo sociomusicológico ha sido el resultado, pues, del intento de destacar la dimensión cultural del comportamiento musical y sus productos, tal como lo observamos también en el caso de la etnomusicología actual que, siendo una antropología de la música, implica toda una serie de referencias para el análisis de la música como hecho social.

En este marco he iniciado una nueva fase de investigación, en esta ocasión teórico-metodológica, cuyo objetivo principal consiste en sintetizar los conocimientos con el fin de reconsiderar la música como objeto de la reflexión sociológica. Me acerco, pues, al tema de las músicas populares contemporáneas desde la perspectiva de la sociología de la cultura para averiguar en qué medida su análisis aporta conocimientos nuevos sobre la sociedad en proceso de globalización. En este sentido parto de la hipótesis de que la música no representa simplemente una variable del sistema cultural y social, sino que se trata de una peculiar manifestación de la praxis del hombre que genera realidades y,

¹ Como “música popular” se entiende una música que independientemente de su fuente concreta (la tradición, la composición individual o la industria musical) se convierte en objeto de una praxis cultural basada en el “saber hacer” las cosas a nivel de la vida cotidiana (Fiske, 1989).

² Por música “étnica” se entiende un tipo de música popular procedente del folclore tradicional o relacionada con este, cuya principal característica (y función) es su carácter apelativo en cuanto elemento en la construcción intencionada de identidades personales y colectivas. Sobre la relación entre música y etnicidad véase Martí 2000 (pp. 117-140).

por consiguiente, se puede explicar en el marco del teorema constructivista³. No obstante, dicha praxis culturalmente determinada y determinante implica su análisis tanto como manifestación de la vida cotidiana como artística, hecho que requiere una ampliación de nuestra perspectiva hacia la sociología del arte, aunque aquí –por motivos comprensibles– no prestaremos atención a este aspecto.

No obstante, en este contexto introductor conviene recordar la situación de la sociología de la música en España así como su relación con lo que Jeffrey Alexander denominó “sociología cultural”. De acuerdo con este concepto, la música es, más que una tarea de la cultura manifiesta, objeto de una praxis profesional y semiprofesional, y un elemento de la dimensión simbólica de la sociedad en la que se produce, transmite y transforma el sentido que guía y justifica las acciones sociales. La música, siempre y cuando la comprendamos como praxis⁴, se ha transformado en uno de los elementos más significativos de lo que Juan Antonio Roche denomina “la construcción cultural de la realidad social en la Modernidad” y sus ambiguos efectos en la postmodernidad como proyecto de Occidente (Roche, 2005). De este modo, una cosa es definir el papel de la música en la constitución de la sociedad moderna y otra distinta es analizar su aportación a las actuales tendencias culturales y sociales en el marco de la globalización. El “sonido de la cultura postmoderna” (Hormigos/Martín, 2004) exige una audición distinta a la que guió, en su momento, al intelecto crítico de Adorno, y la “música en la postmodernidad” debe comprenderse como objeto, como propone Walter Ludwig Bühl, de una más amplia revisión conceptual de la sociología de la música (Bühl, 2004). A partir de estos presupuestos defenderé tres objetivos relacionados entre sí: primero, demostraré la omnipresencia del hecho musical en las sociedades contemporáneas y reclamo que se considere a la música como hecho social y objeto válido del análisis sociológico relacionado con la historia de la dis-

ciplina. Segundo, analizaré la música como elemento importante en la construcción social de sentido y de identidades en el marco de la cultura actual marcada por el proceso de globalización. Tercero, demostraré que la música es un hecho social generador de sentido y actúa como elemento activo en la construcción de realidades sociales.

PRIMERA PARTE:

1. LA MÚSICA EN EL ORFANATO SOCIOLÓGICO

“How musical is man?”, preguntó en 1973 el etnomusicólogo estadounidense John Blacking en el título de uno de sus libros dedicados al estudio de la influencia y el sentido de la música en la vida social. ¿Cómo responder a ella desde la perspectiva sociológica? ¿Qué significa decir que la música es un hecho social, algo que tiene realidad supraindividual y por ello requiere su análisis como una de las manifestaciones de la vida social y su desarrollo histórico a partir del análisis de las condiciones materiales e inmateriales de su producción y reproducción? Si consideramos al hombre como “musical”, entonces habría que descubrir en qué medida la música como manifestación humana es algo profundamente social. Sin duda, cabe añadir otra pregunta dirigida a los representantes de la disciplina sociológica misma, a saber: ¿en qué medida la sociología actual es consciente del impacto y el significado de la música en el proceso de la construcción social de la realidad?

Por todo esto, el presente artículo debe comprenderse como una reacción al abandono del análisis de la música por parte de la sociología académica que –paradójicamente y en contra de toda evidencia empírica del importante papel de las músicas en la sociedad contemporánea– ora la considera como fenómeno al margen de los procesos sociales y culturales ora la trata como una forma cultural entre otras que refleja la rea-

³ Comparto la postura anti-culturalista de Ulrich Hannerz, según la cual se trata menos de comprender al hombre como producto cultural que como productor de cultura (Hannerz, 1992: 16). Por consiguiente, hay que destacar la dimensión simbólica de los colectivos humanos como espacio cultural socialmente determinado donde se distribuyen, de manera desigual y asimétrica, los recursos que permiten construir la realidad social (Ariño et al., 2006: 22).

⁴ Desde el punto de vista sociológico, el objeto del análisis de la disciplina es – más que “la música” en sí– la “praxis musical”. Comprendemos con este concepto aquella actividad humana que produce y transforma los sonidos en relación con la necesidad –siguiendo a Hannerz (1992)– de externalizar y distribuir pensamientos y sentimientos colectivos: es la acción sonora que produce sentido al mismo tiempo que da sentido a la acción como sentido materializado.

lidad social y su estructuración. Si tenemos en cuenta la presencia de la música en prácticamente todas las esferas de la vida social y el papel que desarrolla en la vida de las personas desde su nacimiento hasta su muerte, y si reconocemos la importancia que la sociología atribuye al lenguaje como manifestación cultural esencial, resulta absurdo este abandono de la música como un hecho social y su entrega a otras disciplinas. A pesar de que la sociología de la música cuenta ya con 85 años de existencia, iniciada por el conocido artículo de Max Weber sobre las bases racionales de la música occidental⁵, su repercusión académica es todavía muy ambigua. Si miramos al paisaje sociológico español e incluso internacional, la respuesta es más bien desoladora: tanto en el *Diccionario de Sociología* editado por Giner/Lamo de Espinosa/Torres (1997) como en el de Uña/Hernández (2004), las referencias a la “sociología de la música” son escasas y demuestran que actualmente no hay casi nada que decir sobre ella. También lo demuestra el caso de la *Federación Española de Sociología* (FES): ninguno de los 25 Comités de Investigación considerados como “miembros colectivos” de esta agrupación profesional se dedica a la música; y tampoco se refleja ésta en los 30 “grupos de trabajo” con los que contó su IX Congreso dedicado al tema “Poder, Cultura y Civilización” que se celebró en septiembre del 2007 en Barcelona. Es como si la sociología de la música nunca hubiera existido en España. En lo que a su presencia en España se refiere, las referencias son escasas. Un primer texto de sólo 8 páginas está catalogado en la biblioteca del Instituto Cervantes de París, por lo cual desconozco su contenido. Es del musicólogo Federico Sopena Ibáñez y fue publicado en 1978 bajo el título “Problemas en la sociología de la música”. Otro es un libro de Carlos Abelardo Villaran titulado “Sociología de la música”, publicado por la editorial Droit, aunque me resultó imposible encontrarlo. No obstante, hay algunas aportaciones más recientes. Por ejemplo, el número 29 de la revista *Papers*, un monográfico dedicado a la sociología de la música, coordinado e introducido por Arturo Rodríguez Morató con una reflexión sobre Max Weber y la sociomusicología (Rodríguez,

1988). O el libro de este mismo, editado por el CIS, sobre la situación de los compositores españoles (Rodríguez, 1996). Habría que mencionar, además, los trabajos de Michèle Dufour dedicados a la relación entre la música y el tiempo (Dufour, 1998), así como a los problemas estructurales que combinan valores artísticos y sociales (Dufour, 2000), las “advertencias a la sociología de la música” de Ramón Barce (1996), el trabajo sobre el reflejo de los conflictos sociales de entreguerra en la dodecafonía realizado por Blanca Muñoz (1998). La peculiar relación entre desarrollo social y cultura musical desde la perspectiva de la desigualdad ha sido tema de un estudio realizado por Ramón Ramos y M. Gabarró (1993). Otros autores se dedicaron al análisis sociocultural de músicas concretas en el marco de la globalización, como por ejemplo sobre el *tecno* (Lasen/Martínez, 2001). También hay que mencionar a Jaime Hormigos y Antonio Martín y su intento de compaginar el desarrollo musical actual con los criterios de la postmodernidad, o su trabajo sobre la música como generadora de identidad juvenil (Hormigos/Martín, 2004a, 2004b), así como a Álvaro Rebollo Ena (2003) y su estudio sobre la distribución de la música en Internet. Otros autores aportan conocimientos relevantes sobre las condiciones sociolaborales de los profesionales de la música desde otras disciplinas, como por ejemplo José Juan González Sánchez (2003).

No obstante, la distancia entre la sociología y la música como hecho social en España ha sido parcialmente superada (o camuflada) por la emergente antropología de la música que, siguiendo la tradición norteamericana, se denomina etnomusicología. Se trata de un valioso proyecto teórico-metodológico que sirve como puente entre las ciencias sociales y la musicología tradicional, aunque no comparte nada con ésta última y se ve ampliamente rechazada por ella. En cambio, su cercanía a la antropología y la sociología es patente, como demuestra el análisis del polifacético contenido de la revista electrónica TRANS, órgano de la Sociedad Ibérica de Etnomusicología, fundada en 1995, y su especial interés por la dinámica de la música popular y su transculturación en la era de la glo-

⁵ Sin duda, un primer acercamiento a la música como manifestación socio-cultural y, por consiguiente, objeto del análisis sociológico, es anterior a esta fecha y habría que atribuirlo a Herber Spencer. Según él, habría que buscar el origen de la música en el lado emocional del lenguaje que a su vez es la manifestación del pensamiento racional. Su polémica con Darwin sobre este tema fue comentada ya en su momento por Carl Stumpf (1885) y H. Ehrlich (1881), como informa Kivy (1959).

balización⁶. No obstante, en cualquier caso, la sociología como disciplina académica no debe contentarse con la ayuda colateral de la etnomusicología. Aunque la especial dedicación de los etnomusicólogos a los aspectos comparativos del análisis de las músicas populares, tanto las tradicionales como las contemporáneas —es decir, las urbanas— aporta muchos datos sobre la dimensión cultural del comportamiento musical a nivel mundial, estos estudios no incluyen necesariamente aspectos nucleares del análisis sociológico, como por ejemplo las condiciones sociales de la producción musical, la estructuración social de los comportamientos musicales, la influencia de los medios de comunicación, del género y los grupos de pares en éstos, el papel de la industria musical y de los intereses ideológico-políticos que rodean y a veces cortejan a la música. Por todo ello es imprescindible reanudar los hilos argumentativos de los primeros que se dedicaron a la sociología de la música, para enfocar su objeto desde el punto de vista de los procesos sociales y culturales del emergente siglo XXI.

2. DE LA MUSICOLOGÍA COMPARADA A LA SOCIOLOGÍA DE LA MÚSICA

En la actualidad, debido a razones históricas concretas, las principales vertientes de la sociomusicología están relacionadas con la sociología de la música austríaca⁷ y alemana⁸, la etnomusicología de procedencia norteamericana⁹ y las diferentes corrientes de lo que hoy se conocen como estudios culturales.¹⁰

A pesar de sus diferencias metodológicas, las mencionadas corrientes del estudio social de la música han desarrollado una perspectiva común que centra el análisis en el carácter empírico-comparativo de la disciplina, la dimensión cul-

tural de las diferentes manifestaciones musicales así como en el significado que tienen en la construcción social de las realidades. Pero: ¿cómo empezó todo esto?

El impulso inicial de la sociología de la música obedeció al descubrimiento por parte de los primeros musicólogos de que la música no puede explicarse exclusivamente desde los presupuestos de la musicología histórica y sistemática como “texto”, sino que la verdadera comprensión del hecho musical requiere el análisis de su contexto social y cultural. Uno de los más destacados precursores de la sociología de la música (dejando aparte a Herbert Spencer) fue, curiosamente, el fundador de la musicología moderna, el austríaco Guido Adler (1855-1941). En su obra *Contenido, método y objetivo de la musicología* (tit. trad.), de 1884 defendía la importancia de una musicología comparativa centrada en el análisis contextual —es decir, etnográfico y comparativo— de la praxis musical, tal como lo ejerce hoy la etnomusicología, una disciplina cercana a la sociomusicología y sólo tolerada con desagrado e incluso marginada por la musicología académica orientada únicamente a analizar los aspectos históricos y formales de su objeto. El reconocimiento de los aspectos sociológicos de la música y su análisis preferentemente empírico convirtieron a Adler en una referencia imprescindible tanto para la etnomusicología como para la sociología de la música en cuanto disciplinas bisagras entre la musicología y la sociología en general.

Ahora bien, conviene precisar el enfoque de Adler desde nuestra perspectiva del siglo XXI. Para recuperar la dimensión social de las músicas como fenómenos culturales en vista de los complejos procesos de la globalización, ha de subrayarse que la música sirve en la actualidad, una vez liberada de su peso como marcador de identidad nacional y/o étnica, como un impor-

⁶ Véase <http://www.sibetrans.com/trans/index.htm>.

⁷ Su institución más representativa es el Instituto MEDIACULT. Fundado en 1969 por iniciativa internacional y dirigido hasta 1987 por Kurt Blaukopf, está estrechamente vinculado con la Universidad de Música y Artes Expresivas en Viena. Reúne tres líneas principales de investigación sociomusicológica: nuevas tecnologías de comunicación en la cultura y el arte, el mercado musical global y la música en Austria, así como sociedad, política y desarrollo cultural.

⁸ Sobre su desarrollo y estado hasta poco antes del final del siglo pasado informa Katharina Inhetveen (1997).

⁹ Véase *Guide to Programs in Ethnomusicology in the United States and Canada*, por Anthony Seeger, publicado por la Society for Ethnomusicology (1992).

¹⁰ El Birmingham Center for Contemporary Cultural Studies, dirigido actualmente por Stuart Hall, enfoca las prácticas culturales desde la perspectiva de la vida cotidiana y sus relaciones con el poder. Como título representativo sirve *The Cultural Study of Music*, editado por Martin Clayton, Trevor Herbert y Richard Middleton (2003). Otros autores importantes que siguen esta línea etnometodológica son John Fiske, John Blacking, Bruno Nettl y Martin Stokes.

tante medio de comunicación, diálogo y discurso. Profundamente anclada en las culturas, las músicas participan en el cambio cultural a nivel mundial y la dinámica que desata la globalización hasta para la redefinición de las identidades de todo tipo. Esta evidencia aconseja la reintegración de la reciente *New Musicology* norteamericana y los *Cultural Studies* de tradición británica en una menos difusa y parcial sociología de la música. No hay que olvidar que esta iniciativa coincidiría con la concepción del que se considera el fundador de la sociología de la música. Me refiero a Max Weber. Tal como demuestra su artículo publicado en 1921 “Sobre las bases racionales y sociológicas de la música”, se trata de un fenómeno cultural cuyas formas actuales se hallan estrechamente vinculadas al proceso de modernización o, como diría Norbert Elias algo más tarde, al proceso de civilización (Elias, 1987). En este sentido hay que leer también su estudio sobre Mozart, publicado de manera póstuma, donde desarrolla una sociología del genio a partir del “drama vital” de su personaje atrapado “entre dos mundos sociales” (Elias, 1998). También Theodor W. Adorno, en su artículo “Sobre la situación social de la música” de 1932, formularía las bases de su posterior *Introducción a la sociología de la música*, texto basado en un curso académico que se inició con el desarrollo de una perspectiva claramente empírica de la disciplina a partir del análisis de las “actitudes típicas de la audición musical bajo las condiciones de la sociedad actual” (Adorno, 1968: 12). Lo interesante es destacar que el enfoque empírico de Adorno nunca colisionó con su perspectiva cultural de la sociología. De este modo, tras la segunda guerra mundial, sociólogos tales como Kurt Blaukopf no dudaron en considerar la sociología de la música como un suplemento de la musicología en la medida en la que aporta conocimientos sobre la “producción y reproducción de la música en relación con el proceso histórico del desarrollo de la sociedad humana” o sea como disciplina especial que intenta dar una “fundamentación sociológica de la historia de la música” (Blaukopf, 1948: 8). En su posterior obra maestra, titulada *Musik im Wandel der Gesellschaft* (“La música en el marco de la sociedad en cambio”), Blaukopf se expresa con aun más claridad, destacando el fin y el objetivo del estudio del comportamiento social relacionado con la música: “El análisis de los modos culturales del

comportamiento es la tarea propia de la sociología de la música comprendida como ciencia cultural.” (Blaukopf, 1982: 18) Esta perspectiva ya había encontrado su eco entre otros muchos como en Alphons Silbermann y su definición de los objetivos de la sociología de la música en un artículo publicado en una de las más prestigiosas revistas sociológicas alemanas (Silbermann, 1962), resumidos en su posterior libro titulado *Sociología empírica del arte* (Silbermann, 1973) y, además de en Tibor Kneif (1966, 1971, 1975) y Peter Rummenhöller (1978), en dos de las obras de Christian Kade: su *Sociología de la música* (1984) y *Des Lebens wilder Kreis. Musik im Zivilisationsprozess* (“El círculo salvaje de la vida. La música en el proceso de civilización”), de 1993. Y para concluir esta lista, habría que incluir al ya mencionado Walter Ludwig Bühl y su valioso y extenso intento crítico de reformular las bases y los objetivos de la sociología de la música desde la perspectiva de la actual globalización y la postmodernidad (Bühl, 2004). Su aportación –cuya traducción al español sería un proyecto muy interesante para la disciplina– se comprende explícitamente sociológica, basada en la teoría sistémica, al mismo tiempo que –por motivos de validez argumentativa– esté abierta a reflexiones en torno a las bases y efectos fisiológicos, cognitivos, emocionales y antropológicos de la experiencia musical.

3. EL LUGAR DE LA SOCIOLOGÍA DE LA MÚSICA EN EL MARCO DE LA EMERGENTE SOCIOLOGÍA CULTURAL

La idea de Blaukopf de comprender la música como un conjunto de sonidos organizados en el marco cultural se refleja también en la definición que ofrecen Vannini y Waskul en su intento de explicar la dimensión estética en el proceso de la constitución de sentido, de la interacción, del yo y la sociedad mediante la metáfora de la música:

“Music is many things: organized sound, a social construction, a perception, and an external fact that is produced and consumed. History, culture, and society highly influence music. Sounds defined as music are produced, perceived, and processed within and by means of a broad array of historical, cultural, and social resources –both material and symbolic.” (Vannini /Waskul, 2006: 6).

Es decir, la música representa un determinado tipo de interacción simbólica diferente del lenguaje, aunque igualmente determinada culturalmente. Esta peculiaridad consiste, según la lógica metafórica de los dos autores citados, en la aplicación de “signos cualitativos” que permiten descubrir las “dimensiones icónicas del sentido” (ibíd.: 7). De este modo queda patente que el valor estético de la música incide en la construcción de sentido mediante una experiencia somática, sensual, cuya iconografía se debe al ritmo, la armonía, la melodía, el timbre y la forma empleada. Como instrumento para la construcción de sentido, la música pertenece a la dimensión simbólica de la sociedad, es una manifestación peculiar, autónoma, de la cultura. Por esta razón, la autonomía relativa de la música —en cuanto manifestación artística y popular de las tendencias en el desarrollo de la sociedad moderna— está estrechamente vinculada con la dinámica cultural que abarca. Analizar las actuales tendencias en la música exige recordar un hecho importante: no puede haber texto fuera del contexto, y la música es una manifestación cultural cuya “materialidad” o “textualidad” consiste en los signos icónicos y sólo se explica en relación con las variables sociales y culturales a cuya influencia responde como expresión autónoma, como sistema autopoietico. El auge del valor simbólico de la música en la sociedad avanzada se debe, pues, al cambio de la relación entre dimensiones icónicas y el sentido cultural adscritos a ellas. Estamos, como destacan Vannini y Waskul, y ante un cambio significativo de la interacción simbólica mediante la música y del papel de la estética en la constitución del sentido, el sí-mismo (*me*) y la sociedad. La realidad de este cambio sería la consecuencia de las corrientes sociales como hechos sociales inmatereales, según Durkheim, que emanaron de la crisis cultural y social del modelo de la Modernidad misma. Como argumenta Roche, la postmodernidad se establece a partir del fracaso de los objetivos de la Modernidad y, de este modo, como manifestación de la duda, la incertidumbre y la inseguridad debido, principalmente, a su desenlace con la realidad. De este modo, la Postmodernidad abarca toda una serie de re-

acciones con fuerte calado cultural y estético: “se desrealiza, se teatraliza, se virtualiza, se desmaterializa y se conceptualiza” (Roche, 2005: 32). Por todo ello, los cambios actuales en la praxis musical reclaman su implicación en los cambios culturales de los que la propia música forma parte: la iconografía musical (su semántica) expresa la manera en la que se intenta expresar materialmente mediante el significante un determinado significado. El contexto social y cultural encuentra, pues, en la música una forma peculiar de significación, diferente del lenguaje, que se basa en estructuras no-denotativas sino estéticas, ancladas en una experiencia somática inmediata, directa.¹¹

Para encauzar los argumentos que conectan la música con la sociedad y la cultura, tal como se intenta desde las posiciones del interaccionismo simbólico, quiero defender la necesidad de una más fuerte y perfilada definición de la praxis musical comprendida como hecho social y, por consiguiente, como objeto de la sociología. En primer lugar habría que precisar si la sociología de la música debe desarrollarse en el marco de la sociología de la cultura o de la sociología cultural, tal como la comprende la “nueva sociología cultural americana”, diseñada a partir de los años setenta del siglo pasado sobre todo en la Universidad de Illinois por hombres como James Carey o Lawrence Grossberg.¹² La respuesta depende del modo de delimitar las dos perspectivas y requiere, según nuestra opinión, evitar el inherente culturalismo que pueda provocar. A continuación abordaremos este tema.

El nuevo enfoque sociológico de la cultura que caracteriza el “giro cultural” se comprendió como respuesta al funcionalismo normativo de Parsons, como alternativa a su “gran teoría” basada en el poder normativo de una cultura todopoderosa como supuesta garantía de la cohesión social a la manera como la pensó Durkheim hacia finales del siglo anterior. La revisión conceptual se basaba en la síntesis de los planteamientos del *interaccionismo social y simbólico* desarrollado por la Escuela de Chicago a partir de las obras de George Herbert Mead (1934) y Herbert Blumer (1969). Sus defensores aprovecharon, además, los enfoques micro-sociológi-

¹¹ Peirce lo denominó como “immediate quality” que abarca “the present in its direct presentness”, es decir, sin ninguna reflexión, ni racional ni emocional (Peirce, in Vannini / Waskul, 2006: 12).

¹² Grossberg es sólo un ejemplo para los que proponen analizar la música más bien como una manifestación cultural que musical en la medida en la que la praxis musical forma parte de un contexto complejo de otros fenómenos culturales y sociales (Grossberg, 1993: 41).

cos de la emergente etnometodología (Garfinkel, Sack) y la antropología moderna (Geertz, Hannerz, Kuper, Canclini), pero sobre todo de las aportaciones europeas del pensamiento estructuralista y post-estructuralista (Lévi-Strauss, Lacan, Foucault, Baudrillard, Lyotard, Bourdieu). Además, recibieron otro impulso fuerte de la corriente de los metodológicamente poco convencionales Estudios Culturales Británicos (Hoggart, Leavie, Hall, Davies, Golding, Ferguson, Grossberg, Nelson, Treichler) así como de la emergente teoría de la globalización y sus efectos culturales (Featherstone, Lash, Beck, Appadurai, Robertson, Nederveen, Welsch). Como consecuencia de todo ello, la cultura dejó de ser explicada como una instancia normativa supraindividual y se insistió en su interpretación como un conjunto diversificado de elementos que influyen en la constitución de la sociedad mediante la interacción social que sintetiza las perspectivas individuales y colectivas en el marco de la vida cotidiana, conceptos analizados con anterioridad por Schütz y Luckmann (1975), Goffman (1959), y hasta Habermas (1981). La cultura adquirió un carácter dinámico como elemento activo en los procesos sociales a nivel de la vida cotidiana o el mundo de la vida, donde se construye la realidad como consecuencia de una cadena de interacciones significantes concretas, locales, para convertirse en estructura normativa y base de las instituciones. El principal efecto de este nuevo paradigma consistió, por lo tanto, en la disolución de las rígidas fronteras sociales en el paisaje cultural y una nueva interpretación de la cultura popular convertida en fenómeno masivo altamente diversificado. Pero, sus consecuencias metodológicas fueron aun más radicales y favorecieron una metodología preferentemente cualitativa e interpretativa, enriquecida por los conocimientos de la semiología y basada en la “lectura densa” y la de-codificación de “textos” culturales mismos, no sólo de sus contextos, como solía ser práctica de la anterior sociología positivista o cientifista. En fin: se aspiró a la formulación de teorías empíricas de medio alcance sobre hechos sociales, localizados –a la manera de Goffman– mediante enfoques microscópicos en lugares concretos, situaciones interactivas observables y significados definidos. De este modo, a los sociólogos se les abrió un nuevo camino hacia los procesos de la constitución social de la vida humana, sus dife-

rencias en el espacio y el tiempo así como sus contradicciones internas.

Llegado a este punto es imprescindible aclarar el concepto de música popular en el marco de la dinámica cultural a la que nos referimos. Hasta ahora, hemos hablado de “música” sin diferenciarla, sin atribuirla a un segmento social determinado, tal como se hizo a partir del siglo XIX y hasta la segunda mitad del siglo pasado, con su obsesión en diferenciar entre la música llamada culta y la popular. Pero, con la música simplemente ocurrió lo que le ocurre a cualquier manifestación cultural en la era capitalista y que asume los adjetivos como meras señas de diversificación del producto industrial. Según Frederick Jameson, la cultura postmoderna se caracteriza por ser el “consumo de la pura mercantilización como proceso” (Jameson, 1996: 10) en la misma línea en la que Marx, en su momento, anticipó la tendencia del capitalismo hacia el fetichismo como transformación de cualquier manifestación humana en un valor de cambio. No obstante, esta sumisión implica el antagonismo, la desviación y el conflicto: la aplicación definitiva de la lógica capitalista al mundo del arte, de la música y de la cultura en general choca con el papel que éstas manifestaciones ocupan en la vida social cotidiana. De ahí surge el carácter ambiguo de la cultura musical, su discrepancia y su disonancia con lo dado. Esta dimensión de la realidad musical es muy importante para aclarar el carácter de la música popular en la era de la globalización: frente a la homogeneización mercantil surgen las tendencias hacia su diversificación, frente a su sumisión la resistencia. Pero, hay una dinámica más profunda aun: aquella que surge de las transformaciones de la estructura social de la sociedad capitalista misma. Con el paso de la Modernidad a la Postmodernidad, proceso que fechamos con más o menos exactitud en los años 60 y 70 del siglo pasado, las manifestaciones culturales y, más concretamente, el arte y la música han dejado de considerarse como mera representaciones de la estructura social. Cómo ha sido demostrado con profundidad por Pierre Bourdieu (1991, 1995), los productos culturales –incluyendo la música– se han convertido en elementos de diferenciación social relacionados con los estilos de vida. Estos están menos determinados por la posición social que por la socialización bajo la influencia del creciente individualismo como *habitus* social. No es la proce-

dencia social la que determina, sino los gustos y las identidades individuales, los estilos de vida. De este modo ha dejado de funcionar la simple adscripción de la música popular al pueblo y la música culta a las élites. Debido a su crecido valor mercantil y favorecido por el interés de la emergente industria musical, las músicas culta y popular de todo el mundo se han fundido bajo la dominación del mercado, de este modo se han “democratizado” en una esfera de intercambio sonoro transclasista y transcultural. Hoy, buena parte de las composiciones de Mozart es tan popular como los lúgubres tangos argentinos compuestos o interpretados por Astor Piazzola. El mundo elegante baila al son cubano o al de las sevillanas populares como si fuera un acto digno de su posición social. Por esta razón, la cultura popular es cultura y la música popular es música. Aunque producida por la industria de acuerdo con las condiciones socio-económicas generales, la característica esencial de la cultura popular no está en su procedencia, sino en su uso, puesto que lo popular se define como “el arte de hacer lo que ofrece el sistema” (Fiske, 1989: 25)” Es, pues, el uso social el que hace la música popular. No son las condiciones de producción las que determinan su carácter o su status, sino las condiciones de la vida cotidiana mismas. Por todo ello sería más útil hablar de un “uso culto” y otro “popular” de la música: La música “culta” se interpreta a partir de la partitura, es invariable en su texto y, por tanto, es correcta en su ejecución en la medida en la que requiere una lectura exacta, “culta”. En cambio, el uso popular de la música consiste en su transformación según las intenciones del intérprete, sus habilidades e intenciones, el contexto. Se trata de una música sometida a una práctica de transgresión y fusión con otras músicas a partir del material encontrado. Por esta razón es urgente abandonar la postura del determinismo social de la música y destacar su papel como generadora de realidades sociales diferentes en el marco de las actuales tendencias culturales.

4. EL INMINENTE CULTURALISMO DE LA SOCIOLOGÍA CULTURAL

Junto con la reformulación radical del lugar de la cultura en la sociedad, surgieron tendencias que desde entonces se discuten en la sociología desde posiciones enfrentadas. Para algunos, el

objetivo consiste, tal como lo formuló Jeffrey Alexander en su texto emblemático sobre el papel de la nueva sociología cultural, en un “radical desacoplamiento entre la cultura y la estructura social” y la defensa de la idea de la “autonomía cultural” como base de un “programa fuerte semejante en el que el poder de la cultura, consistente en conformar la vida social, se proclame con toda su fuerza”(Alexander, 2000: 40). No obstante, tal propuesta no soluciona el problema de la dicotomía entre sociedad y cultura, y menos aun sirve para comprender lo que significa hablar de “autonomía” de la música, más bien lo recrudece por razones que no podemos discutir aquí. Sólo quisiera subrayar que dicho “desacoplamiento” poco parece servir para defender la idea de la autonomía –siempre relativa– de la cultura y como variable crucial en la constitución social, tal como lo vio Max Weber. En última instancia, la propuesta de Alexander reincide de nuevo en la creación del mito de la cultura como “conciencia colectiva” (Durkheim) o fuerza normativa supraindividual. Por otro lado, ha sido Ann Archer, quien en su conocido estudio sobre cultura y agencia de 1988 de-construye el subyacente mito de la integración cultural, creado por los antropólogos y convertido en tópico sociológico –durante décadas– por Parsons. El mito de la cultura normativa, según ella, confunde la necesaria *consistencia lógica* de los elementos culturales con el *consenso causal* en el que se basa la cohesión social (Archer, 1996: 4). No cabe duda, si bien es verdad que tal incidencia entre el sistema de valores y las normas sociales pudo haber caracterizado a las sociedades tradicionales, la sociedad moderna y más aun la postmoderna están ante un problema muy diferente: se trata de garantizar una cohesión suficientemente estable en una situación de creciente diversidad de valores sociales y culturales. De este modo, la propuesta de Alexander tiende a reforzar un evidente culturalismo pluridimensional, que – en última instancia – vuelve a potenciar la imposición de la cultura en el sentido parsoniano. Por otro lado, a pesar de que su propuesta de sociología cultural como “programa fuerte” se basa en la autonomía de la cultura como factor decisivo de la estructuración social, en el papel determinativo de la cultura como conjunto de “los textos saturados de significado” (Alexander 2000: 51), reconoce la importancia de “los grandes contextos” de las “estructuras objetivas y las luchas viscerales que caracterizan

el mundo social real” como elementos intrínsecos de su perspectiva, pero sólo los considera como “instituciones y procesos que refractan los textos culturales de un modo colmado de significado”, como “asideros en los que las fuerzas culturales se combinan o pugnan con las condiciones materiales e intereses racionales para producir resultados particulares”, en fin: las estructuras sociales son “metatextos culturales por sí mismos” (ibíd.: 52). Pero, el problema está en que comprende las estructuras como manifestaciones culturales, es decir, *disuelve lo social en lo cultural*. De este modo, parece que Alexander no haya dado una respuesta convincente a la pregunta sobre la relación entre cultura y sociedad al prescindir de la necesaria mirada dialéctica, que encontramos en la definición que Antonio Ariño dio del papel de la cultura en la sociedad actual tres años antes de la publicación del texto de Alexander:

“Este nuevo clima da especial crédito a la tesis de que la sociedad no sólo tiene una constitución económica y política, sino también simbólica. Con ello se quiere enfatizar que no es posible pensar la estructura al margen de la cultura, lo material al margen de lo ideal; que no es verosímil explicar el comportamiento humano sin tener en cuenta que los actores sociales, además de posiciones en redes y sistemas, además de individuos racionales y maximizadores, son agentes productores de significado, usuarios de símbolos, narradores de historias con la que producen sentido e identidad. Símbolos, significados e historias son recursos con los que unas veces se orientan y otras se pierden, con los que se comunican y confunden; con los que sueñan, juegan, aman, organizan su existencia y anhelan la utopía; con los que subliman sus frustraciones, trabajan y se alienan o construyen barreras para cortar el ascenso social. Símbolos e historias que pueden convertirse, pervertirse, subvertirse y que constituyen una dimensión o un ingrediente sustantivo de la realidad social” (Ariño, 1997: contraportada).

Con esto se ha insistido en la necesidad de reconocer la dialéctica entre sociedad, cultura y naturaleza humana, sin recaer en el idealismo en el que está basado el “programa fuerte” de Alexander y que confunde la autonomía de la cultura con la esencia de lo social, tal como en su momento lo hizo Durkheim con el papel de la religión para la cohesión social¹³.

SEGUNDA PARTE:

5. ENFOCAR LA MÚSICA DESDE LA SOCIOLOGÍA

Con todo esto, la praxis musical es un buen indicador del nivel de sociabilidad, de enculturación y de aculturación y – por tanto – el principal objeto del análisis empírico de la dimensión cultural de la música en la sociedad contemporánea. Debido a su amplia presencia en la vida cotidiana e institucional –desde la educación, los rituales, actos oficiales y fiestas de todo tipo– la música y su diversificación forman parte del capital cultural repartido entre los diferentes sectores sociales y perfila los diferentes estilos de vida como elemento del ocio o de la construcción de identidades. Ahora bien, el papel de la música como “generadora de realidades sociales” (Martí, 2000) indica su cualidad no sólo como elemento significativo de la cultura sino también del cambio cultural. ¿Pero, cómo *explicar* su relación con la sociedad y la cultura en transformación? ¿Es la música simplemente un reflejo de la sociedad y su cultura, o sería conveniente analizar en qué medida influye en ella y su desarrollo? Para analizar el papel de la música en la sociedad actual, habría que repensar su marco teórico y metodológico.

Conviene aclarar brevemente, y desde los presupuestos teóricos de Alexander, la relación entre el significado de la música como elemento de la cultura latente o inmaterial (como objeto de la sociología cultural) y de la cultura manifiesta o material (como objeto de la sociología de la cultura). El comportamiento humano no sólo está determinado por la naturaleza, la tecnología, la estructura socioeconómica y las normas; siempre se construye simbólicamente a nivel de la vida cotidiana en el marco de la interacción significativa, es decir, a través del sentido que los individuos atribuyen a sus actos. Si este sentido se manifiesta como tendencia generalizada en el comportamiento social (colectivo), la construcción simbólica de la realidad se convierte en un hecho social y, por consiguiente, en objeto del análisis sociológico. Más, si comprendemos el sentido como un “texto” inscrito en el *habitus*, comprendido éste como pa-

¹³ No es de extrañar que también Francis Fukuyama, en *The Great Disruption* (1999) vuelva a los cauces durkheimianos intentando acabar con el supuesto desorden y la amoralidad para reconstituir el orden social mediante el “renorming” (“volver a someter bajo normas”) de una supuesta ominosa naturaleza del hombre y con la ayuda de una nueva religiosidad.

trón del comportamiento social aprendido que estructura el estilo de vida específico de los individuos y grupos sociales, las interacciones y sus efectos sobre la realidad pueden ser explicadas mediante su descodificación. Basándonos en la semiología de Roland Barthes (2003), podemos precisar este proceso: Los códigos de un texto cultural, formados por signos y significados, sólo son comunicables en la medida en la que son comprendidos y aceptados por los productores y receptores del texto. No obstante, estos códigos culturales se caracterizan por una polisemia y ambivalencia, y su descodificación por parte del receptor está, pues, determinada por su contexto discursivo. En el caso de la música como “texto” cultural objetivizado (es decir, independizado de la intención subjetiva del productor), el significado social/cultural de la música se (re)construye a nivel de los oyentes mediante la interacción simbólica como acto discursivo de descodificación contextualizada, y la música se convierte en un medio de interpretación de la realidad, en un elemento de la comunicación entre los actores sociales. Los determinantes objetivos mencionados son, lógicamente, manifestaciones o realizaciones empíricamente observables de anteriores construcciones simbólicas, y como tales forman el contexto para la producción de nuevos textos.

Ahora bien, ¿en qué sentido nos sirve la teoría de interacción simbólica para explicar el cambio del comportamiento que caracteriza el consumo de la música en la sociedad actual? Hay dos posibles respuestas: primero, el cambio en el comportamiento musical de los consumidores se debe a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de difusión y audición de la música. El individualismo del consumo musical, por un lado, y la masificación de los eventos musicales, por otro, no son comportamientos contradictorios, sino que indican el aumento de la capacidad, flexibilidad y diversidad de la música y de los consumidores de la música en la sociedad actual caracterizada por su cultura del consumo, ocio o de masas. Pero, mientras la tecnología generó nuevos comportamientos de consumo que hicieron desaparecer las anteriores fronteras entre la música clásica y la música popular, el dato referente al aumento significativo de asistencia a conciertos de música clásica demuestra que también han intervenido variables culturales que explican la actitud de acudir a conciertos de música clásica o el interés por

escuchar todo tipo de música, tal como lo demuestran las encuestas. Segundo, la capacidad de los individuos de aumentar el nivel de comprensión de la música se debe al elevado nivel de interacción simbólica que exige la realidad social en la sociedad contemporánea. Sin embargo, esta capacidad no puede explicarse sólo con la evolución del hombre o la tecnología, sino que es, sobre todo, un efecto de la cultura y la educación. La participación de los individuos en la dimensión simbólica de la sociedad (la “textura”) ha aumentado, en líneas generales, debido al más elevado nivel de estudios que permite, sobre todo, a las generaciones de jóvenes extender e intensificar la comunicación como base de la interacción simbólica. De este modo, la música y su consumo se convierten en capital simbólico que facilita la identificación con el sentido atribuido a ella y los colectivos que lo comparten. En fin: la música no sólo representa el nivel cultural, sino que también lo produce, y el cambio cultural y el cambio musical se condicionan mutuamente, tanto en su dimensión inmaterial como material.

Partiendo de esta observación y de acuerdo con los resultados de mis propias investigaciones sobre la transformación de la música tradicional en la actual música popular o pop, quiero formular la **hipótesis** central en lo que a la dimensión simbólica de la música popular contemporánea se refiere: *mientras que la música popular premoderna, basada en la tradición oral y en una situación discursiva que unía al productor de la música con el receptor (los músicos con su público), tuvo un carácter predominantemente étnico y sirvió para la definición de los límites sociales y culturales de un colectivo y la identificación de los individuos con su entorno social y cultural, la música popular contemporánea carece de referentes étnicitarios, es decir, ha dejado de apelar al espacio cultural donde surgió y de reclamar una identificación con este espacio social y cultural. Estamos hablando, pues, de la desterritorialización y la destradicionalización de la música popular como consecuencias de la transformación de lo étnico en la música en un elemento estético de la expresión musical como instrumento de la comunicación influenciada por el mercado, la industria musical y la tecnología audio-visual.*

Esta transformación se refleja en los actuales hábitos y prácticas musicales a los que se refieren los datos aquí presentados. Es fruto de la

aparición de la sociedad moderna y la radical reinterpretación de la música popular tradicional en el marco de la música urbana, así como ha estado influenciada por el desarrollo de la tecnología, la influencia de los medios de comunicación, los nuevos estilos de vida y los cambios culturales. Así pues, el desarrollo de la música se ha visto afectado por el cambio social y cultural, por lo cual ha cambiado sustancialmente el objeto del análisis sociomusicológico. La sociología de la música tiene que responder a esta transformación de su objeto mediante una revisión conceptual y metodológica. Este proceso se inició hace unos años debido a la presión del cambio en la praxis musical y el replanteamiento del papel de la cultura en la sociedad actual. Aquí me limitaré a trazar sólo algunos aspectos claves, a saber: la influencia de la globalización y la postmodernidad en la música popular actual, así como una de sus consecuencias más destacadas, la hibridación transcultural en la música.

6. EL IMPACTO DE LA MÚSICA EN LA SOCIEDAD ACTUAL

Llama especial atención la paradójica situación de la música bajo las condiciones de la globalización y el cambio hacia los valores postmodernos. En líneas generales se puede decir (a) que cada vez más gente en todo el mundo escucha más y más diversa música, (b) que este aumento no se refiere únicamente al consumo mediatizado sino también al hábito de asistir con más frecuencia a conciertos de todo tipo, aunque (c) se compra menos música grabada de manera legal y se aprovechan otras vías alternativas del acceso a ella, es decir, aumenta la llamada *piratería* musical. Todo ello es consecuencia de unos hechos que afectan a las perspectivas de la industria musical: primero, el cambio de hábitos audio-visuales como consecuencia de los avances tecnológicos de los soportes musicales. Segundo, la difusión de la música en todas las esferas de la vida cotidiana y su alto nivel de diversificación. Tercero, el aumento del consumo de productos audio-visuales

en el marco de la sociedad del ocio y la individualización de los gustos.

Es significativo que el creciente interés por la música aumenta no simplemente porque hay una tecnología más perfecta al alcance, sino porque hay nuevas necesidades culturales que diversifican e intensifican los hábitos musicales convencionales. A pesar de que las nuevas tecnologías cambian nuestras formas de vida cotidiana, el actual cambio de hábitos culturales surge de un complejo entramado de muy diferentes factores que influyen a nivel global y en función de las nuevas necesidades y estilos de vida, cambiando incluso las mentalidades.¹⁴ Según parece, son dos los factores decisivos que intervienen: primero, la atracción del consumo y del ocio en la sociedad contemporánea y, segundo, el correspondiente modelo socializador que produce un profundo cambio intergeneracional.

En algunos de los presupuestos conceptuales del célebre estudio que Ronald Inglehart publicó en 1997, basándose en los datos de la *Encuesta Mundial de Valores*, el autor destaca la reciprocidad de las relaciones entre los valores, la economía y la política, así como el carácter intergeneracional del cambio de valores (Inglehart, 1998: 3). Ahora bien, ante el cambio en los valores constatado a nivel mundial en el paso hacia la sociedad industrial avanzada o post-industrial y el surgimiento de los valores postmodernos, caracterizados por la pérdida de importancia de la racionalidad instrumental, me interesa especialmente el papel y el significado de la música popular actual como campo social y de producción simbólica en este proceso. No se trata de atribuir un peculiar valor postmoderno a la música, sino de analizarla como una manifestación de comportamientos sociales que buscan una expresión de las necesidades subyacentes al cambio cultural en un determinado tipo de producción y consumo de música. El cambio cultural y sus factores recíprocos (la economía y la política) incluyen, pues, la dimensión musical, por lo cual las diferentes manifestaciones sonoras del *habitus* postmoderno y su significado para el cambio cultural son considerados objetos del análisis sociológico y, de este modo, nuestro tema principal.

¹⁴ Uno de los factores más significativos es el cambio de valores a nivel global en el transcurso de la modernidad a la postmodernidad (Inglehart, 1999), con sus efectos concretos a nivel regional (Pino/Bericat 1998; Moyano/Pérez 2002; Moreno 2002). Sobre la influencia del cambio de valores en las mentalidades, véase de Miguel (2004).

La sociología de la música no puede ignorar estos hechos y se ve obligada a repensar su objeto y su metodología (Bühl, 2002). Desde sus comienzos, la sociología de la música ha sabido diferenciar entre tres líneas principales de investigación: las condiciones sociales y económicas de la producción musical, los hábitos del consumo musical, así como el significado de la música en el marco de la sociedad. Se trata de tres aspectos estrechamente vinculados entre sí, que se influyen de manera cuantitativa y cualitativa según las tendencias generales del desarrollo de la sociedad. Aquí nos centraremos en algunas de las consecuencias teóricas y metodológicas más llamativas de este entramado, con el fin de defender la utilidad del análisis sociomusicológico en el marco más amplio de las ciencias de la cultura. En este sentido habría que destacar, de antemano, que la música no es una variable dependiente del cambio social y tecnológico, sino que incide en la dinámica económica y cultural de la sociedad, por lo cual debe ser considerada como variable relativamente independiente, como sector autónomo. Por todo ello hay que diferenciar entre la música y la cultura en general, entre el comportamiento musical y los hábitos culturales, entre la sociología de la música y la sociología de la cultura, entre la autonomía de la cultura y la de la música frente a la sociedad.

7. LA REALIDAD MUSICAL ACTUAL EN ESPAÑA

A continuación intentaré demostrar en el caso concreto de España y a partir de algunos datos estadísticos¹⁵ la relevancia que el análisis sociomusicológico tiene en el marco de la sociología de la cultura y, con ello, para el análisis sociológico de las sociedades avanzadas en la era de la globalización y de la postmodernidad como condiciones generalizadas que generan nuevas formas de praxis musical y estilos musicales comúnmente comprendidos como *world music*. Sin duda, esta dinámica contiene al menos dos

bases vinculadas entre sí: una material, que abarca la tecnología y la economía, y otra inmaterial, que se refiere a los nuevos estilos de vida, la cultura del ocio y el aumento del nivel cultural en la mayoría de las sociedades actuales.

7.1. LA MÚSICA COMO ELEMENTO DE LA VIDA COTIDIANA

La “condición postmoderna” (Lyotard) ha cambiado también y sensiblemente los hábitos culturales en España y los datos ponen de relieve sobre todo la tendencia de un desarrollo del consumo privado de la música o sea, de su “cercanía” a la vida cotidiana. De este modo, España sigue las tendencias globales, incluso en lo que a las contradicciones entre las necesidades musicales, ancladas en la vida cotidiana, las técnicas y las económicas, ancladas en la lógica del mercado, se refiere. Hace tan sólo algunos meses pudo leerse en la prensa española bajo el título “Seísmo en la industria cultural” el siguiente párrafo dedicado a la influencia de las nuevas tecnologías en el mercado cultural:

“Son tiempos de grandes cambios en los hábitos culturales. Desciende el número de espectadores en las salas de cine y la industria discográfica está al borde del desastre. Sin embargo, cada vez se ven más películas sin acudir a los locales tradicionales y aumenta el número de asistentes a los conciertos de todo tipo de música. Aumentan moderadamente las cifras del teatro y suben espectacularmente las ventas de videojuegos. Los expertos consideran que el mayor problema ya no es la piratería del llamado *top-manta*, sino las descargas ilegales en la Red. La sociedad cambia sus costumbres en la llamada cultura del ocio a un ritmo más acelerado que la industria” (*El País*, 22 de junio 2006, “Cultura”).

Estos cambios afectan, pues, las estructuras y estrategias de la industria musical, tal como se refleja en el supuesto desastre discográfico provocado por el impacto de la llamada piratería facilitado por el acceso a Internet. Según el *Informe sobre Piratería comercial 2004*, presentado por la Federación Internacional de Productores

¹⁵ Se trata sobre todo de la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003* y la correspondiente al periodo de 2006-2007 (Ministerio de Cultura), del *Anuario de Estadísticas Culturales 2005* (Ministerio de Cultura), de *Las cifras de la cultura en España* (2002, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte), del *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural* (2000, Dataautor), así como del *Anuario SGAE 2006 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales* (Fundación Autor de la SGAE). Debido a las circunstancias de tiempo, sólo he podido introducir algunos datos generales de la Encuesta 2006-2007. No obstante, sería interesante profundizar mediante un futuro trabajo en la perspectiva histórico-comparativa del fenómeno sociomusicológico español.

Discográficos (IFPI), que representa más de 1.400 compañías de la industria musical a nivel global, la “venta pirata” de discos en España en el año 2003 alcanzó el 24 % del mercado local, mientras que a nivel mundial alcanzó el valor del 35 por ciento¹⁶. Lo que la industria musical tacha de “piratería”, para muchos de los consumidores globales de música es, simplemente, una actitud relacionada con la tecnología y el mercado: con los CDs ocurre, lo que anteriormente hizo desaparecer el vinilo. Lo muestran los datos: mientras que en 1991 el LP todavía representaba el 30,5 % de las unidades de música grabada vendida, en 2000 sólo alcanzó el 0,03 %, es decir, se había extinguido prácticamente como medio musical en tan sólo 10 años (Las cifras de la cultura en España: 2002: 6). De manera parecida, según EuropaPress, las ventas de CDs musicales disminuyeron en un 17,9 por ciento durante el primer semestre de 2006, lo cual significa unas pérdidas de 30 millones de Euros para el sector (diariovasco.com, 28 de julio de 2006). No obstante, en ambos casos estamos ante un cambio de formato, pero con consecuencias muy distintas. La sustitución del vinilo por el CD significó un espectacular aumento de la reproductibilidad del hardware musical potenciado, además, por las posibilidades que ofrece internet al respecto. Pero, mientras que la aparición del CD no dejó otra alternativa a los consumidores que adquirir la música deseada en el nuevo formato, los avances tecnológicos de reproducción casera y las posibilidades de descargar o “bajar” cualquier música de la red significan un espacio libre, poco controlable por la industria musical. La música se ha convertido, de esta manera, en un bien común defendi-

do por los oyentes como algo suyo. Lo que para ellos significa libertad, es para los otros simplemente piratería. Volviendo a Habermas: la lógica del sistema se ve minada por la otra, la de la vida cotidiana.

A pesar de todo ello, el mercado español, dominado por la Sociedad General de Autores, demuestra ventas espectaculares de música con soportes como DVD y MP3: “las compañías de discos triplicaron sus ingresos en la venta online” (ibíd.). En fin: se vende más música que nunca y de manera más diversificada, al mismo tiempo que aumentan las posibilidades de la venta considerada ilegal. Parece que son los avances tecnológicos los que desatan significativamente los cambios en los hábitos musicales, pero ¿se trata del único factor?

7.2. TENDENCIAS EN EL DESARROLLO DEL CONSUMO MUSICAL

Una breve mirada a la realidad musical actual española detrás de los conflictos económicos en el sector sirve para comprender que la música influye más en nuestras vidas cotidianas, en las economías y la cultura, de lo que normalmente se piensa — y lo hace tanto en el caso de la música clásica como la actual o popular¹⁷.

Las siguientes dos tablas resumen las tendencias generales del desarrollo de la música clásica y popular a partir de los conciertos:

A pesar del carácter masivo de los conciertos de música actual, las tasas de crecimiento de los tres indicadores están sensiblemente por debajo de los que se refieren al desarrollo de los concier-

Tabla 1: Conciertos de música clásica en España (1997-2005)

Indicadores	1997	2000	2003	2004	2005	Variación 1997 / 2005 (en %)
Conciertos	12.925	17.704	16.502	17.465	17.914	+38,6
Espectadores (en millones)	4,6	5,3	4,9	5,2	5,5	+19,6
Recaudación (en millones)	26,8	28,3	36,5	39,1	44,7	+66,8

Fuentes: *Las cifras de la cultura en España 2002*; *Anuario de Estadísticas Culturales 2005* (tablas 15.25 y 15.26); *Anuario SGAE 2006*.

¹⁶ El informe completo está en: <http://www.ifpi.org/site-content/library/piracy2004.pdf>.

¹⁷ El uso es ambiguo: en las dos encuestas se habla sólo de música “actual”, mientras que el Anuario 2006 habla de música “popular” para referirse al mismo fenómeno. Sin duda, se podría diferenciar (ver Fiske, 1989), pero aquí utilizamos los dos conceptos en el mismo sentido.

Tabla 2: *Conciertos de música actual en España (2003-2005)*

Indicadores	2003	2004	2005	Variación 2003 / 2005 (en %)
Conciertos	101.323	114.425	126.778	+25,1
Espectadores (en millones)	22,1	22,6*	24,3	+10,0
Recaudación (en millones)	104,5	131,8**	144,2	+38,0

Fuentes: *Anuario de Estadísticas Culturales 2005* tablas 15.27 y 15.28; (*Anuario SGAE 2006*);

* 21,7 (*Anuario de Estadísticas Culturales 2005*). ** 120,5 (*Anuario de Estadísticas Culturales 2005*).

tos de música clásica. En ambos casos, la recaudación es la que más ha crecido, aunque en el caso de los conciertos de música popular, esto es más bien efecto del aumento del número de conciertos y de espectadores: mientras la recaudación por concierto de música clásica creció un 20,4 por ciento de 2004 a 2005, la de la música actual descendió en el mismo periodo en un 1,3 por ciento¹⁸, a pesar del aumento de conciertos y espectadores.

La base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INEbase)¹⁹ confirma esta tendencia desde la perspectiva de la actividad musical. Como enseñan los datos referentes al desarrollo de los recursos musicales por “profesionales”, “entidades”, “actividades” y “publicaciones periódicas” para el periodo comprendido entre 2000 y 2004, la praxis musical en España se ha intensificado considerablemente (ibíd.: 1-2). Respecto a la profesionalización de la música destaca el aumento de cantantes en el periodo mencionado (de 442 a 770), de compositores (de 889 a 1142), de críticos (de 89 a 202), docentes académicos (de 1504 a 2402) e investigadores (de 219 a 268). En el caso de la categoría “actividades” es similar, pues observamos un aumento de los festivales, ciclos y temporadas musicales de 589 a 801 y en el caso de cursos de 206 a 349. Sólo la cantidad de congresos y seminarios, es decir, su dimensión profesional y académica, ha disminuido significativamente.

En fin: España muestra desde el principio del nuevo siglo una tendencia, iniciada ya en la década anterior, que consiste en un significativo aumento de la actividad musical, aunque este no siempre se refleje con la misma fuerza e intensidad en el nivel complementario de actividades

culturales relacionadas, por lo cual se puede decir que existe un cierto desajuste entre el sector musical y la percepción pública a nivel de la cultura en general. Este hecho hace sospechar que la música se percibe en primer lugar o como un bien de consumo o como instrumento representativo sin ser considerada como valor cultural en sí.

7.3. INTERÉS Y COMPORTAMIENTO DE CONSUMO MUSICAL

El interés por la música y el comportamiento real no siempre coinciden. A pesar del alto rango que se adscribe a la música como referente cultural, los hábitos no lo reflejan de la misma manera.

En lo siguiente, basándonos en los datos de dos encuestas sobre hábitos y prácticas culturales en España referentes a los últimos años, publicados por el Ministerio de Cultura (Encuesta 2002-2003, Encuesta 2006-2007), analizaremos este aspecto en el caso de la música clásica y la actual.

En primer lugar habría que destacar que, según los datos, la valoración de la música como uno de los indicadores culturales relevantes ha crecido de un valor medio de 6,0 (Encuesta 2002-2003, gráfico 5.12) a un valor medio de 7,1 (Encuesta 2006-2007, tabla 5.1) y está por encima de la lectura recreativa y sólo superado por el cine (*Anuario 2005*, tabla 9.1). No obstante, la crecida del interés varía según el tipo de música: fue y sigue siendo significativamente más bajo en el caso de la música clásica (4,2 respectivamente 4,3) y más alto en el de la música actual (6,0), pero por encima de todo está el

¹⁸ Recaudación por concierto de música clásica (Euros): 1997: 2.073, 2005: 2.495 Euros (+20,4 %).

Recaudación por concierto de música popular (Euros): 2004: 1.152, 2005: 1.137 (-1,3 %).

¹⁹ (INEbase) [www.ine.es/inebase/cgi/axi].

notable valor de “escuchar música” (7,3) (Encuesta 2002-2003, tabla 5.3). A nivel de los hábitos y su dinámica destaca el hecho de que el 83 % de la población suele escuchar música regularmente, un 48,8 % incluso todos los días. No hay diferencia de género al respecto, aunque sí a nivel generacional: mientras que prácticamente todos los jóvenes de entre 15 y 19 años escuchan música emitida o grabada, y de ellos el 68,6 % diariamente, este comportamiento decae al 59,8 % y menos aun en el caso de los mayores de entre 65 y 74 años (Encuesta 2002-2003, tabla 5.3). No obstante, como muestran los resultados de la posterior encuesta (2006-2007), todas estas tasas han aumentado, es decir, el hábito de escuchar (cualquier tipo de) música se ha establecido con fuerza en todos los sectores de la población española: la música está estre-

chamente vinculada con la vida cotidiana, pero los gustos siguen diferenciándose.

A continuación analizamos esta dinámica en el caso de los dos tipos de música mencionados (clásica / actual) y agrupamos, en primer lugar, los datos en las siguientes dos tablas.

Como se puede ver, es sobre todo la música actual que atrae a las personas, aunque el descenso ocurrido en el periodo de observación requiere un análisis más detenido e indica hacia un cambio de hábito debido a la creciente oferta de música grabada. La preferencia por la música actual es, claramente, una consecuencia del consumo musical entre los jóvenes de entre 15 y 34 años, cuya participación gira de entre el 50 y 62 % del total de cada uno.

Sin duda, la asistencia a conciertos de música está vinculada con el nivel de estudios y es el objetivo preferido del 50 y 60 % de la población

Tabla 3: *Desarrollo del grado de interés por los conciertos de música clásica y actual según las encuestas 2002-2003 y 2006-2007 (%)*

Grado de interés (0-10)	MÚSICA CLÁSICA		MÚSICA ACTUAL	
	2002-2003 (N=34.422)	2006-2007 (N=37.526)	2002-2003	2006-2007
0 - 2	34,2	35,5	15,7	17,8
3 - 4	16,4	11,8	8,8	6,5
5 - 6	25,0	24,3	25,5	23,5
7 - 8	16,1	17,9	32,1	31,3
9 - 10	8,2	10,5	17,8	20,9
	99,9	100,0	99,9	100,0

(Fuentes: Encuesta 2002-2003, 5.20 y 5.32; Encuesta 2006-2007, 5.38, 5.48).

Tabla 4: *Asistencia a conciertos de música clásica y actual según las encuestas 2002-2003 y 2006-2007 (%)*

	CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA		CONCIERTOS DE MÚSICA ACTUAL	
	2002-2003	2006-2007	2002-2003	2006-2007
Total han asistido en el último año	13,0	8,4	32,0	26,4
En los últimos tres meses	3,3	3,8	10,6	12,2
Entre tres meses y un año	5,1	4,5	14,0	14,2
Hace más de un año	4,6	16,2	7,4	24,2
Nunca o caso nunca	86,4	75,5	67,2	49,4

(Fuentes: Encuesta 2002-2003, 5.23 y 5.35; Encuesta 2006-2007, 5.39 y 5.49).

con bachillerato, formación profesional o carrera universitaria en el caso de la música actual y el 48 y 53 % en el caso de la música clásica.

Finalmente, añadiendo y precisando los hábitos dentro del marco de la música actual, destaca el alto interés en el pop-rock español (50 %), seguido –con mucha distancia ya– por el pop-rock latino (ca. 10 %), el flamenco (ca. 6 %) y los demás tipos musicales (Encuesta 2002-2003, gráfico 5.16), aunque los datos más recientes muestran un avance del rock extranjero y la canción de autor, así como un descenso del flamenco, tanto del clásico como del nuevo (Encuesta 2006-2007, gráfico 5.21).

7.4. LA MÚSICA EN EL MARCO DE LOS ESTILOS DE VIDA

Como se nos informa, el grado de afición por la música (“me gusta toda la música, oigo de todo”) y de su importancia para la sociabilidad (“me gusta la misma música que a mis amigos”, “suelo salir con gente a la que le gusta la misma música que a mí”) son significativamente más altos entre los jóvenes a partir de 15 años y entre aquellos con estudios superiores mientras que disminuyen con la edad y en los casos de niveles de estudio más bajos. Además, las mujeres expresan algo más interés en “toda la música” que los hombres (44,3 % / 41,1 %) [Encuesta 2002-2003, tabla 5.2] y tienen menos reparo respecto a la aceptación de la música clásica (38,5 % / 41,7 %), por lo cual han asistido con más frecuencia a conciertos de música clásica que los hombres (13,4 % / 12,5 %), aunque menos a conciertos de música actual (30,2 % / 33,9 %) [ibid., tablas 5.23 y 5.35].

Sería interesante comprobar los niveles de adscripción a los dos tipos de música que durante tanto tiempo dividieron la música en “cultura” y “actual”, con sus consecuencias problemáticas para el análisis sociomusicológico. Recordamos que de las personas encuestadas de 15 a 34 años de edad, más de la mitad (entre el 53,9 y el 56,3 %) [ibid., tabla 5.2] ha declarado su gusto por todo tipo de música. Este dato varía si se mide el grado de afición según la asistencia a conciertos de uno u otro tipo de música: mien-

tras que el 32 % respondió que asistió en el tiempo indicado a un concierto de música actual [ibid., tabla 5.35], en el caso de música clásica sólo fue el 13 % [ibid., tabla 5.23]. A pesar de que la atracción por la música clásica suele ser *per se* mucho más limitada en comparación con la de la música actual (o popular), también en estos casos se observa una clara correlación con la edad y el nivel de estudios.²⁰ El dato más interesante en este contexto es que el nivel más alto de la asistencia a conciertos de música actual fue alcanzado entre los encuestados de 20 a 24 años (61,9 %) y desciende al 5,9 % en el caso de los de entre 65 y 74 años [ibid., tabla 5.35], mientras que la asistencia a conciertos de música clásica alcanza su máximo relativo en el caso de personas de entre 45 y 54 años (16,2 %) [ibid., tabla 5.23].

Otro dato significativo respecto al hábito musical medido a través de la asistencia a conciertos es la situación laboral: El 39,5 % de los que trabajan actualmente declaró haber asistido con cierta frecuencia a un concierto de música actual, pero lo hizo el 65,2 % de los estudiantes y el 46,2 % de los parados [ibid., tabla 5.35]. En cambio, en el caso de los conciertos de música clásica, los que más frecuencia demuestran son los que trabajan actualmente (15,2 %), los que están en paro (12,7 %) seguidos por los estudiantes (11,4 %) [ibid., tabla 5.23]. Según parece, esta tendencia inversa se correlaciona con la edad: la preferencia de música clásica aumenta hasta la edad de 64, es decir, durante la vida profesional, mientras que la afición por la música actual disminuye en el mismo periodo.²¹

En conclusión, en cuanto al interés por los diferentes tipos de música podríamos precisar:

- Hay una clara preferencia, tanto latente como manifiesta, por la música actual, y sobre todo por la música pop-rock española.
- La variable “género” sólo explica una muy pequeña parte de la variación en los hábitos musicales.
- La afición activa y pasiva por la música actual disminuye claramente con la edad y bajo la influencia de la vida profesional, mientras que muestra una ligera tendencia ascendente en el caso de la música clásica.

²⁰ Otra fuente confirma este hecho: “Hay dos grandes fronteras generacionales: alrededor de los 25 años y los 45/55 años, que delimitan claramente gustos e intereses musicales.” (Informe SGAE: 18)

²¹ Respecto al interés por los estilos de música moderna según edad y status social, véase también Informe SGAE: 18 (gráfico 1).

- En ambos casos, la variable que más explica los diferentes hábitos musicales es el nivel cultural de las personas expresado mediante el nivel de estudios: mientras más alto el nivel de estudios más probable es el interés por la música clásica y más alto el nivel de participar en la vida musical.

La importancia de las variables “edad” y “nivel de estudios” para el consumo cultural ha sido destacado también en un reciente estudio sobre la participación cultural en España (Ariño *et al.*, 2006: 335 ss., 341 ss., 380).

8. CONCLUSIONES

8.1. RETOS

A diferencia del pasado, a principios del siglo XXI la música es un bien cultural ampliamente difundido entre todos los sectores sociales, aunque su diversificación obedece a determinados factores sociales y culturales, sobre todo la edad y el nivel de estudios. Esto afecta especialmente a la música popular contemporánea y a su significado en la vida cotidiana, como también muestran los datos respecto a la realidad musical en España. Los principales cambios son los siguientes:

- La música popular de corte étnico ha dejado de ser una manifestación estrechamente vinculada con la vida y la cultura tradicionales y mediante su popularización se ha convertido en elemento de la música actual masivamente presente en la vida cotidiana marcada por la producción industrial de músicas, el mercado, el consumo y el ocio como marcadores culturales.
- La música ha dejado de ser un “marcador de identidad” en el sentido esencialista, un instrumento de inclusión respectivamente exclusión cultural y social, para convertirse en un medio de comunicación transcultural en el marco de la globalización y la construcción de las identidades individuales en el marco de los estilos de vida.
- La sustitución del carácter colectivo-etnicitario de la música por uno individual-identitario ha cambiado la relación entre la música popular como texto y su contexto socio-cultural.

Las consecuencias de estos cambios son evidentes: estamos ante el hecho social de que la

nueva semántica musical se ha convertido, pues, en objeto del análisis sociomusicológico que no la explica simplemente como representación del contexto, sino que analiza la influencia de la semántica musical (el “texto”) en la construcción simbólica de la realidad social. Estamos ya lejos de comprender la música como simple variable dependiente de la sociedad y la cuestión es más bien de explicar en qué medida la praxis musical actúa como variable independiente en la construcción cultural de la sociedad. En este sentido, la sociología de la música y la sociología cultural (respectivamente la sociología de la cultura) deben de reconsiderar sus posiciones con el fin de explicar la dialéctica entre la música y la sociedad contemporánea. Esta necesidad queda patente si aceptamos que la existencia de un fuerte sector de industria de la música no explica el creciente interés por la música y queda por aclarar por qué la música goza de tan gran popularidad en la cultura contemporánea. De este modo habrá que explicar el significado de la música en el marco de las transformaciones culturales en la era de la globalización y adecuar el análisis sociológico a su objeto transformado o sea explicar la transformación de su objeto de conocimiento.

8.2. OBJETIVOS

Apoyándonos en la conocida propuesta de Williams de definir la cultura como uno de los *sistemas significantes* a través del cual “la sociedad se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga” (Williams 1981: 13) propongo desarrollar la perspectiva de una sociología cultural, de la que habla Alexander, y analizar la dimensión simbólica de lo social, aunque sin prescindir de la necesidad de analizar las bases sociales (materiales) de la cultura. Si el significado de la música es considerado un texto culturalmente significativo, el análisis sociológico tiene que explicar su relación con el contexto socio-cultural y al revés. Este proyecto debería partir de las siguientes observaciones empíricas y conclusiones epistemológicas relacionadas:

- El análisis de la música como hecho social no puede realizarse de ninguna manera fuera del marco del análisis socio-cultural. La música no tiene significado sin su reconocimiento como una de las manifestaciones culturales de la sociedad y un “texto” de alto

- contenido simbólico, es decir, como comportamiento social culturalmente determinado.
- Es evidente que el desarrollo de los medios de comunicación y la globalización de las últimas décadas han tenido efectos profundos sobre el desarrollo de la música y su significado cultural tanto en el marco de las sociedades avanzadas como en el ámbito geográfico atribuido a las culturas tradicionales o étnicas.
 - Como tema y objeto de análisis ha estado presente en toda la historia de la sociología y de aquellas disciplinas colindantes, como la antropología y la etnomusicología, que durante las últimas décadas se han aportado muchos datos importantes para la sociología. Esta coincidencia en el mismo objeto señala una nueva sensibilidad cognitiva que descubre el carácter relativo de las existentes fronteras entre las disciplinas científicas y que ante el carácter plurisemántico de las manifestaciones culturales hace patente una orientación pluridisciplinar.
 - El problema epistemológico para la sociología de la música y para la sociología de la cultura es evidente, pues indica la necesidad objetiva de explicar la música como fenómeno complejo, y esto quiere decir, como fenómeno social y cultural heteromorfo y polivalente en concordancia con sus bases físicas, cognitivas, emocionales y psicosociales.

8.3. PERSPECTIVAS

En fin: de lo que se trata es de unir y reforzar las perspectivas desarrolladas en las últimas décadas por diferentes disciplinas en torno al papel de la música en la sociedad actual. Una peculiar aportación de la sociología a este proyecto sería el posicionamiento de la praxis musical en el marco de los procesos culturales en la era de la globalización, concretamente en el de la hibridación transcultural. No obstante, cualquier revisión epistemológica del enfoque sociológico de la música desde las perspectivas del creciente impacto de la dimensión cultural en el desarrollo de la sociedad ha de partir del hecho de que el lugar de la cultura y la música en el análisis sociológico es un tema central en toda la historia de la sociología. No obstante, su explicación ha sido muy pluriforme e imprecisi-

sa, caracterizada por el paradigma dominante del momento o elegido por el autor del análisis. Desde nuestra perspectiva actual, lo más importante en este sentido fue, quizás, que desde el principio de la consolidación de la disciplina en la primera mitad del siglo XX encontramos constantemente argumentos que orientan hacia el reconocimiento de la importancia del método hermenéutico, histórico y comparativo. No extraña la reciente imposición de lo que a partir de la década de los años setenta del siglo pasado se conoce como el “giro cultural” en la sociología, aunque en realidad sólo fue la consecuencia de la evidente debilidad del método positivista-estructuralista para dar explicaciones convincentes sobre la determinación cultural del comportamiento social y, por consiguiente, del papel de la cultura en la estructuración social de la sociedad contemporánea. No obstante, cualquier acercamiento post-estructuralista no significa volver a las antiguas posiciones especulativas que ven en la música un “fenómeno espiritual”. Más bien se trata de aprovechar los ya fecundos conocimientos del análisis sociológico de la cultura y su papel para el desarrollo social, de considerar la música no sólo como un hecho social culturalmente determinado, sino como una determinada praxis social culturalmente significativa, que influye tanto en la vida cotidiana como en el campo artístico como “campo” o “mundo” especializado de la interacción simbólica. Conviene recordar al respecto que fue uno de los fundadores de la disciplina, Kurt Blaukopf (1982), quien definió la música como una manifestación concreta de la praxis del hombre, basada en la materialidad del sonido pero desarrollada bajo condiciones sociales y culturales históricamente concretas. En este sentido podemos definir la música como un tipo histórico-estructural del comportamiento social basado materialmente en la producción de eventos sonoros, pero siempre en relación con un sentido intencionado dirigido hacia el comportamiento de otros (ibid.: 18). En la medida en que definimos el comportamiento musical como una manifestación concreta del comportamiento social, podemos aceptar que la principal tarea de la sociología de la música, diseñada como perspectiva inherente al análisis cultural de la sociedad, consiste en la explicación de las formas musicales como manifestaciones de las actitudes culturales desarrolladas bajo la influencia de la estructuración social de la sociedad. Respecto a

esto, habría que tener en cuenta dos hechos importantes:

- Primero, la sociología de la música no puede explicar la totalidad del hecho musical, que incluye aspectos físicos (el sonido), fisiológicos (la percepción), psicológicos (la transformación de los estímulos físicos), semiológicos (signos) y semánticos (significados).
- Segundo, cualquier explicación del hecho musical requiere una revisión profunda en una situación donde quedan relativizadas las culturas singulares y donde aparecen los rasgos de unas nuevas culturas transculturales como respuesta a la globalización.

Con todo esto queda demostrado que con el concepto de hibridación transcultural aplicado a la actual dinámica en la música no sólo se revela la polivalencia semántica de las músicas expresada en un cada vez más diverso pluralismo de estilos, sino que esta tendencia hacia una policultura ha superado hace tiempo los límites de lo que significa “multiculturalidad”. En este sentido se ha expresado Walter Ludwig Bühl en su intento de rehacer las bases para una futura sociología de la música: en la era del desvanecimiento de las culturas nacionales ya no se trata de hablar de “multiculturalidad” sino de “personas con muy diferentes grados de mezcla o superposiciones de rasgos culturales, aunque todas ellas relacionadas a través de un mundo global de medios, turismo y ocio.” (Bühl, 2004: 10). Y es en esta “policontextualidad”, creada, podríamos añadir, por la peculiar dinámica de la *glocalización*, donde se perfilan las tareas de la futura sociología de la música que el autor citado ve en dos posibles y relacionadas estrategias de investigación: en una intensificación de la perspectiva comparativa de los estudios culturales (es decir, de la etnología de la música) que responda a la presencia de

las músicas locales en el ámbito global, y en la ampliación de los estudios musicológicos sistemáticos hacia una musicología *sistémica* para analizar la contextualidad de la música, es decir, su relación dinámica con el sistema cultural y social (ibid.: 34).

En la medida en la que la música se analiza como *praxis musical*, es decir como proceso de comunicación desde la perspectiva contextual de su determinación social y cultural, se puede perfilar el objeto del análisis sociológico de la música: el comportamiento musical, sus patrones, expectativas y efectos para la sociedad y la cultura. Si bien es verdad que a la sociología no le corresponde el análisis de los demás aspectos del hecho musical, considerados como objetos de conocimiento de otras ciencias, la perspectiva sociológica, comprendida en el marco del análisis del desarrollo cultural de la sociedad, sí puede explicar las bases sociales y culturales de los demás aspectos. Por ejemplo: el tipo de instrumentos musicales utilizados en determinadas músicas no sólo remite a su base material sino también a las circunstancias sociales y culturales que garantizan su existencia y uso. ¿Y quién podría negar que la interpretación del sonido a nivel psicológico carezca de significados culturalmente definidos, aunque individualmente expresados? Ahora bien, aunque a la sociología de la música no le corresponde explicar la totalidad de la *praxis musical*, sí podemos exigir que revele sus subyacentes hechos sociales con el fin de explicar los cambios de una determinada *praxis musical*. Respecto a esto, creo que Blaukopf —marcando distancia frente al esencialismo y la interpretación esteticista de la música— se ha expresado adecuadamente al destacar que la sociología de la música no explica el Ser-Así de la *praxis musical*, sino su Devenir-Así, es decir: su transformación.

BIBLIOGRAFÍA

- ABELARDO VILLARAN, Carlos (s.a.), *Sociología de la música*, Ediciones Droit.
- ADELL, J. E. (1997), “La música popular contemporánea y la construcción de sentido. Más allá de la sociología de la música y los musicología”, *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 3.
- ADLER, Guido (1885), “Umfang, Methode und Ziel der Musikwissenschaft”, *Vierteljahrsschrift für Musikwissenschaft* 1, 5-20.
- ADORNO, Theodor W. (1932), “Zur gesellschaftlichen Lage der Musik”, *Zeitschrift für Sozialforschung* 1, 103-124 y 356-378.
- (1968), *Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen*, Frankfurt am Main: Rowohlt [Suhrkamp, 1962].
- ALEXANDER, Jeffrey (2000), *Sociología cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas*, Barcelona, Anthropos.

- ANUARIO DE ESTADÍSTICAS CULTURALES 2005, Ministerio de Cultura, [http://www.cultura.mecd.es/jsp/plantilla_wai.jsp?id=562&area=estadisticas] (consultado 16-10-2006).
- ANUARIO SGAE 2006 DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES, [www.sgae.es/recursos/pdf/comunicación/Anuncia%2006.pdf] (consultado 16-10-2006).
- ARCHER, Margret S. (1996 [1988]), *Culture and agency. The place of culture in social theory*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ARIÑO, Antonio (1997), *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*, Barcelona, Ariel.
- ARIÑO, Antonio (dir.), CASTELLÓ, Rafael, HERNÁNDEZ, Gil Manuel, LLOPIS, RAMÓN (2006), *La participación cultural en España*, Madrid, Fundación Autor.
- BARCE, Ramón (1996), “Doce advertencias para una sociología de la música”, *Cuadernos de Música Iberoamericana*, 1, 273-282.
- BARTHES, Roland (2003 [1970]), *S / Z*, Siglo XXI Editores.
- BECERRA-SCHMIDT, Gustavo (1998), “Rol de la música en la globalización de la cultura”, *Revista Musical Chilena*, v. 52, n° 190 [www.scielo.cl/scielo.php?pid=so716-279019980190000058script=sci_arttext (16/01/2007)].
- BECKER, Howard S. & McCALL, Michael M. (eds.) (1990), *Symbolic Interaction and Cultural Studies*, Chicago y Londres: The University of Chicago Press.
- BLACKING, John (1973), *How Musical Is Man?*, Seattle, University of Washington Press.
- BLAUKOPF, Kurt (s.a., ca. 1948), *Musiksoziologie*, Köln und Erlin: Kiepenheuer.
- (1982), *Musik im Wandel de Gesellschaft. Grundzüge der Musiksoziologie*, Múnich: Pieper (aquí: Múnich: dtv/Bärenreiter, 1984).
- BLUMER, Herbert (1969), *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley, University of California Press.
- BOURDIEU, Pierre (1991), *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- (1995), *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama.
- BÜHL, Walter Ludwig (2004), *Musiksoziologie*, Frankfurt am Main: Peter Lang.
- CLAYTON, Martin / TREVOR, Herbert, MIDDLETON, Richard (2003), *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction*. Nueva York y Londres: Routledge.
- DE MIGUEL, Amando / DE MIGUEL, Iñaki (2004), *Las mentalidades de los españoles a comienzos del siglo XXI*, Madrid, CIS.
- DEL PINO Artacho, Juan / BERICTA ALASTUEY, Eduardo (1998), *Valores sociales en la cultura andaluza. Encuesta Mundial de Valores. Andalucía 1996*, Madrid, CIS.
- DUFOUR, Michèle (1998), “Memoria, tiempo y música”, *A Parte Rei. Revista de Filosofía*, 2.
- (2000), “Memoria visual y memoria auditiva en las relaciones musicales”, *A Parte Rei. Revista de Filosofía*, 11.
- EL PAÍS, jueves, 22 de junio de 2006, “Seísmo en la industria cultural”.
- ELIAS, Norbert (1987), *El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, tr. Ramón García Cotarelo, México, FCE.
- (1998), *Mozart. Sociología de un genio*, Barcelona, Península.
- ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES EN ESPAÑA 2002-2003, Ministerio de Cultura, [http://www.mcu.es/jsp/plantilla_wai.jsp?id=1&area=estadisticas] (consultado 16-10-2006).
- FEATHERSTONE, Mike & LASH, Scott (eds.) (1999), *Spaces of Culture. City – Nation – World*, Londres/Thousand Oaks/New Delhi, SAGE.
- FISKE, John (1989), *Understanding Popular Culture*, Londres / Nueva York, Routledge.
- FUKUYAMA, Francis (1999), *The Great Disruption. Human Nature and the Reconstitution of Social Order*, Nueva York/Londres/Toronto/Sydney/Singapore, Touchstone Book.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999), *La globalización imaginada*, Buenos Aires/Barcelona/ México, Paidós.
- (2001), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, novena edición, Buenos Aires/Barcelona/México, Paidós.
- GEERTZ, Clifford (2000), *La interpretación de las culturas*, décima reimpresión, Barcelona, Gedisa.
- GOFFMAN, Erving (1956), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Nueva York, Doubleday.
- GONZÁLEZ SÁNCHEZ, José Juan (2003), *Condiciones de trabajo y seguridad social de los profesionales de la música*, Madrid: SGAE - Iberautor Promociones Culturales, S.L.
- GROSSBERG, Lawrence (1993), “Is Anybody Listening? Does Anybody Care? ‘On the State of Rock’”, en: Ross, A. / Rose, T., *Microphone Friends: Youth Music and Youth Culture*, Londres, Routledge, 41-58.
- HABERMAS, Jürgen (1981), *Theorie des kommunikativen Handelns* (Bd.1: Handlungsrationality und gesellschaftliche Rationalisierung, Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, Frankfurt a.M: Suhrkamp.
- HANNERZ, Ulf (1992): *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, Nueva York, Columbia University Press.

- HORMIGOS RUIZ, Jaime / MARTÍN CABELLO, Antonio (2004a), El sonido de la cultura postmoderna. Una aproximación desde la sociología”, *Saberes. Revista de Estudios Jurídicos, Económicos y Sociales*, 2, 1-14.
- (2004b), “La construcción de la identidad juvenil a través de la música”, *Revista Española de Sociología*, 4, 259-270.
- INFORME SGAE SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL, Madrid, Fundación Autor, 2000.
- INGLEHART, Ronald (1998), *Modernización y posmodernización. El cambio cultural y político en 43 sociedades*, Madrid, CIS.
- INHETVEEN, Katharina (1997), *Musiksoziologie in der Bundesrepublik Deutschland*, Opladen, Westdeutscher Verlag.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, Base de datos INEbase, *Sociedad, Cultura y ocio. Recursos musicales*, [http://www.ine.es/inebase/cgi/axi] (consultado 16-10-2006).
- KIVY, Peter (1959), “Charles Darwin on Music”, *Journal of the American Musicological Society*, Vol. 12, No. 1, 42-48.
- KNEIF, Tibor (1971), *Musiksoziologie*, Colonia, Hans Gerig.
- Ed. (1975), *Texte zur Musiksoziologie*, Colonia.
- KUPER, Adam (2001), *Cultura. La versión de los antropólogos*, Barcelona/Buenos Aires/México, Paidós.
- LAS CIFRAS DE LA CULTURA EN ESPAÑA. ESTADÍSTICAS E INDICADORES. EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES, 7 de junio de 2006, Ministerio de Cultura, [www.mcu.es/estadisticas/files/Cultura 2002_Indicadores.pdf] (consultado 16-10-2006).
- LASEN, Amparo / MARTÍNEZ DEL ALBA, Iñaki (2001), “El tecno: variaciones sobre la globalización”, *Política y Sociedad*, 36, 129-150.
- MACHADO ALVAREZ, Antonio (1996 [1881]), *Colección de cantes flamencos. Recogidos y anotados por Antonio Machado y Álvarez “Demófilo”*, edición, introducción y notas de Enrique Baltanás, Sevilla, Portada.
- MANUEL, Peter (1995), “New Perspectives in American Ethnomusicology”, *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 1.
- MARTÍ, Josep (1995), “La idea de la ‘relevancia social’ aplicada al estudio del fenómeno musical”, *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 1.
- (1996), “Música y Etnicidad: una introducción a la problemática”, *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 2.
- (2000), *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*, Sant Cugat del Vallés, Deriva Editorial.
- MEAD, G.H. (1934), *Mind, Self, and Society*, ed. by C. W. Morris, Chicago, University of Chicago Press.
- MORENO, Isidoro (2002), *La globalización y Andalucía. Entre el mercado y la identidad*, Sevilla, Mergablum.
- MOYANO Estrada, Eduardo / Pérez Yruela, Manuel (coords.) (2002), *La sociedad andaluza*, Córdoba, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía.
- MUÑOZ, Blanca (1998), “Dodecafonismo y sociedad de entreguerras. El reflejo del conflicto social en el *Wozzek* de Alban Berg”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 84, 259-274.
- NETTL, Bruno (1995), “The Seminal Eighties: A North-American Perspective of the Beginnings of Musicology and Ethnomusicology”, *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 1. *Papers. Revista de Sociología*, nº 29 (1988), *Sociología de la música*.
- PAPERS. *Revista de Sociología*, nº 29 (1988), *Sociología de la música*.
- RAMOS, Ramón / M. GABARRÓ (1993), “Una aproximación al estudio de las desigualdades culturales: el caso de la cultura musical”, en *I Simposio sobre igualdad y distribución de la renta y la riqueza*, editado por Fundación Argenteria, vol. VI, 49-95.
- REBOLLO ENA, Álvaro (2003), *La distribución de música en internet: análisis tecnológico, marco regulatorio y modelos de negocio*, Madrid, Fundación Autor.
- ROCHE CARCEL, Juan A. (2005), “La construcción cultural de la realidad social en la Modernidad”, *Papers. Revista de Sociología*, 77, 11-42.
- RODRIGUEZ MORATÓ, Arturo (1988), “La transcendencia teórica de la sociología de la música. El caso de Max Weber”, *Paper 29*, pp. 9-61.
- (1996), *Los compositores españoles: un análisis sociológico*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- RUMMENHÖLLER, Peter (1978), *Einführung in die Musiksoziologie*, Wilhelmshaven, Heinrichshofen’s Verlag.
- SANTACREU Fernández, Óscar Antonio (2003), *La música en la publicidad*, Tesis doctoral, Universidad de Alicante, Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- SCHÜTZ, Alfred/LUCKMANN, Thomas (1973), *Las estructuras del mundo de la vida*, Buenos Aires, Amorrortu.
- SEEGER, Anthony (1992), *Guide to Programs in Ethnomusicology in the United States and Canada*, Society for Ethnomusicology (ed.).
- SHEPERD, John / WICKE, Peter (1997), *Music and Cultural Theory*, Nueva York, Polity Press.
- SILBERMANN, Alphons (1962), *Estructura social de la música*, Madrid, Taurus.
- (1962) “Die Ziele de Musiksoziologia”, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 14, 322-335.
- (1973), *Empirische Kunstsoziologie*, Stuttgart.
- SOPEÑA IBÁÑEZ, Federico (1978), *Problemas en la sociología de la música*, Madrid.

- STEINGRESS, Gerhard (1993), *Sociología del cante flamenco*, Jerez de la Frontera: Junta de Andalucía [reedición 2005, Sevilla, Signatura].
- (1998a), “El cante flamenco como manifestación artística, instrumento ideológico y elemento de la identidad cultural andaluza”, en: Steingress, Gerhard / Baltanás, Enrique (coords. y eds.), *Flamenco y nacionalismo. Aportaciones para una sociología política del flamenco*, Sevilla, Universidad de Sevilla/Fundación Machado/Fundación El Monte, 41-58.
 - (1998b), “Ideología y mentalidad en la construcción de la identidad cultural (casticismo, ideal andaluz y psicología cotidiana en el flamenco)”, en Steingress, Gerhard / Baltanás, Enrique (coords. y eds.), *Flamenco y nacionalismo. Aportaciones para una sociología política del flamenco*, Sevilla: Universidad de Sevilla/Fundación Machado/Fundación El Monte, 165-192.
 - (2002a), “Flamenco-Fusion and New Flamenco as Postmodern Phenomena. An Essay on creative Ambiguity in Popular Music”, en: Steingress, G. (ed.), *Songs of the Minotaur. Hybridity and Popular Music in the Era of Globalization. A comparative analysis of Rebetika, Tango, Rai, Flamenco, Sardana, and English urban folk*, Münster/Hamburg/London, LIT, 169-216.
 - (2002b), “What is Hybrid Music? An Epilogue”, en Steingress, G. (ed.), *Songs of the Minotaur. Hybridity and Popular Music in the Era of Globalization. A comparative analysis of Rebetika, Tango, Rai, Flamenco, Sardana, and English urban folk*, Münster/Hamburg/London, LIT, 297-325.
 - (2004), *Sobre flamenco y flamencología*, Sevilla, Signatura.
- VANNINI, Phillip / WASKUL, Dennis (2006), “Symbolic Interaction as Music: the Esthetic constitution of Meaning, Self, and Society”, *Symbolic Interaction*, vol. 29, issue 1, 5-18.
- WEBER, Max (1921), *Die rationalen und soziologischen Grundlagen der Musik*, ed. por Theodor Kroyer, Múnich.
- WELSCH, Wolfgang (1999), “Transculturality: The Puzzling Form of Culture Today”, en: Featherstone/Lash, 194-213.
- WILLIAMS, Raymond (1981), *Sociología de la cultura*, Barcelona, Paidós.