

RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina
Especializada en tópicos de Comunicación.



Número 15, Año 4, Agosto - Octubre 1999

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

LA EXPERIENCIA MUSICAL EN INTERNET

Por: José Luis Campos García

Grupo Académico "Leonardo"

La evolución de las formas de ejecución, transmisión y recepción de la música durante este siglo ha estado ligada no sólo a la construcción de nuevos instrumentos musicales, sino también a la invención de artefactos electrónicos de reproducción musical y de nuevos sistemas de comunicación. Internet actualmente es, entre otros aspectos, otro canal para la expresión musical y con el fin de entender la interacción entre este desarrollo técnico y la aparición de nuevos métodos para percibir la música, la presente investigación se dio a la tarea de estudiar parte de las manifestaciones musicales en Internet.

Se eligió el acercamiento al campo de la música en Internet porque ahí se encuentran ejemplos reveladores del papel que está jugando la red mundial de computadoras como vía de transmisión de productos audiovisuales, además de que ilustra el avance que han alcanzado tales técnicas. El interés del estudio se dirigió a examinar el modo en que la práctica musical incursiona en Internet y de cómo a través de él los agentes sociales relacionados con la música se apropian del instrumento, abriendo un nuevo espacio de interacciones para dicha actividad artística.

Por otro lado, es un hecho que la computadora enlazada a Internet también ha generado una ola de mitos, expectativas erróneas, nuevas adiciones y formas inéditas para cometer delitos. Ello forma parte de los costos que acompañan el nacimiento de un instrumento de comunicación, cuyos desempeños han generado sus propias normas, características y contradicciones, estableciendo su propia atmósfera mediática, en donde la música despliega una presencia considerable.

Construir objetos de estudio dentro del reciente avance de la comunicación electrónica global podría aclarar el panorama que se avecina para otras actividades sociales que requieren de las nuevas tecnologías de la información.

En resumen, lo que se obtuvo luego del desarrollo del presente estudio es un escrito reflexivo sobre las características del campo específico de la música en Internet, producto de una investigación exploratoria y descriptiva. A través de las ideas resultantes se desea generar nuevas perspectivas de análisis, además de abrir algunos temas y vías de discusión sobre éste y otros fenómenos de comunicación en relación a Internet.

CAP. 1.- LA MODERNIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA MUSICA

1.1 TECNOLOGIAS PARA LA REPRODUCCION ELECTRONICA DE LA MUSICA

El desenvolvimiento de la innovación técnica de los instrumentos musicales y de las formas para exhibir la música, se fundamenta en el conocimiento tecnológico que el campo musical adopta en cada periodo y lugar específico, dentro de la historia de los medios y de los saberes sociales. La reproducción de la música se ejercita desde hace siglos, pero lo que aquí se quiere destacar son los artefactos resultantes de un nuevo conocimiento tecnológico paradigmático que transformó profundamente los usos de la música.

La automatización de la ejecución musical inaugura una forma de percepción de la música como un bien privado y su uso individual sin la necesidad de los ejecutantes. Esto se fue acentuando cuando en la segunda mitad del siglo pasado fueron desarrollados una gran cantidad de artefactos de comunicación, cuya base de funcionamiento estaba fundada en los descubrimientos de la manipulación del flujo electromagnético. De aquellas máquinas el fonógrafo fue el invento que tuvo una incidencia directa con la reproducción musical.

Sobre la evolución musical durante el presente siglo cabe mencionar que en la composición musical durante este periodo la tecnología llegó a convertirse en un factor extremadamente importante (1), a tal grado que lo largo del siglo XX se desarrollaron técnicas que permearon diferentes áreas de la práctica musical, de la cuales sobresalen: la ejecución, la grabación y la transmisión musical.

La demanda social de música es factor catalizador para el desarrollo de la radiodifusión y de la industria discográfica. La masificación y formación de una red de audiencias para la música se dan en el contexto de la consolidación del paradigma electrónico en los medios de comunicación. El surgimiento de los componentes electrónicos modifica dispositivos de ejecución, grabación y transmisión de la música. Con ello se amplían los canales de circulación musical, estructurándose un red de consumo que abarca la radio, la industria discográfica, los conciertos en directo y la prensa especializada.

Los avances tecnológicos en las técnicas de grabación, sonorización, radiodifusión, producción discográfica y en imagen, que se dan principalmente en el período de la posguerra inciden directamente en la vida de la música, transformándola profundamente a tal grado que se generan no solamente nuevos géneros musicales, sino también el advenimiento de diversos servicios, productos, negocios, hábitos y desde luego nuevas sensibilidades.

Desde esta postura se entendería que el desplazamiento técnico que provocan las innovaciones tecnológicas de los medios establecen condiciones para el surgimiento de formas masivas de percepción de la música. En una evaluación social de los cambios tecnológicos para la música, se puede plantear que la electrónica vino a ampliar los servicios públicos de la música con grandes beneficios culturales pero a cambio se edificó una industria implacable para su explotación mercantil a gran escala.

1.2 LA TRANSICION DE LA MUSICA HACIA EL ENTORNO DIGITAL

La implementación desde la década de los setentas del paradigma digital en las telecomunicaciones propició el advenimiento de nuevos medios y nuevos sistemas de información. Ello implicó una amplia renovación que no sólo afectó el funcionamiento de la transmisión de señales y la relación entre artefactos y usuarios, sino que alentó un proceso de convergencia tecnológica de tres industrias ligadas a las comunicaciones: medios de difusión, telefonía e informática.

La introducción del paradigma digital también anuncia una reestructuración de la industria musical sobre la base de la modernización de los medios de comunicación. La implementación de sistemas digitales incrementa la simplificación y automatización de procesos de reproducción musical, estructurando una nueva vinculación entre los medios de comunicación y el campo musical. De esta forma el paso a la era digital implicó no sólo el desmantelamiento de toda una industria musical basada en dispositivos electromecánicos, sino además la transformación de una cultura musical construida sobre principios analógicos. Este proceso abarcó las décadas de los 70's, los 80's y aún continúa en los 90's.

En el aspecto de la recepción musical, el paradigma digital favoreció una percepción cuantificada de la comunicación, ampliando la posibilidad del consumidor para manipular el sonido a través de ecualizadores gráficos y paramétricos, reprogramación de *tracks*, copias de alta fidelidad y reprogramación de la banda de frecuencias. De este modo en los años ochentas los medios condujeron a las audiencias hacia formas más individualizadas de consumir la música, incrementando la interactividad de los dispositivos y ampliando los canales de exhibición musical. Paralelamente se expande la comercialización de videograbadoras, cámaras de video y los dispositivos para los videojuegos.

Con la apertura de nuevos mercados para la música en los medios electrónicos inicia un proceso de diversificación de audiencias. El impacto global que tiene la estación norteamericana de cable para videos musicales MTV, significa la estructuración de mercados más específicos para la música. La popularidad y penetración global que alcanza esta estación en los ochentas y noventas viene acompañada con la especialización en el área de la producción de videos musicales, en donde los dispositivos digitales son utilizados intensamente en todo el proceso técnico del tratamiento de imagen y audio.

En este periodo las innovaciones incrementan significativamente la movilidad de la música en distintas áreas del entretenimiento. El entorno digital de los medios hace compatibles las características técnicas de algunos dispositivos por lo que se facilita el deslizamiento (2) de algunos usos del sonido y de la música a diferentes campos, como sucede en el caso de los videojuegos, las rockolas de CD's y los DJ's.

1.3 EL TRATAMIENTO DEL SONIDO EN LOS DISPOSITIVOS DIGITALES

El procedimiento técnico que constituye la base fundamental para que la música pueda transmitirse de un dispositivo a otro sin alterar el material audible es la digitalización. Esta técnica consiste en la transferencia de determinada información sonora a valores numéricos (dígitos), operación que permite la utilización del sonido en otras aplicaciones digitales.

En los años ochentas se consolidó el sistema de interface musical para instrumentos musicales, mejor conocido como MIDI (*Musical Instrument Digital Interface*), el cual permite traducir señales analógicas a digitales y viceversa. Ello ha permitido que puedan conectarse una gran variedad de instrumentos electrónicos musicales con dispositivos de audio digitales, como también con recursos informáticos, principalmente las computadoras, estableciendo un mayor control en las tareas de sonorización, grabación, edición y transmisión de sonido. El sistema MIDI es un recurso de gran utilidad en el procesamiento del audio musical ya que permite aplicar una extensa variedad de modificaciones al sonido durante la ejecución de algún instrumento musical electrónico o en la elaboración de una grabación sonora.

Los orígenes del MIDI se sitúan a principios de los años setenta cuando Robert A. Moog lanzó al mercado un instrumento electrónico para hacer música al que se bautizó como sintetizador (3). Este dispositivo consistía en una unidad que generaba sonidos controlados por impulsos eléctricos, los cuales disparaban el sonido a voltajes variables con los que se controlaba la tonalidad. Esta máquina

aún trabajaba con señales análogas y con la tecnología electrónica de bulbos.

Debido a la evolución de los sistemas digitales, los sintetizadores prácticamente se convirtieron en pequeñas computadoras, así que se consideró la idea de utilizar un sistema de comunicación basado en la técnica que se utiliza para enlazar sistemas de cómputo. Para evitar las incompatibilidades, los fabricantes de instrumentos musicales electrónicos se reunieron y acordaron la definición de las especificaciones para la comunicación entre instrumentos a través de la interface MIDI.

Vale la pena anotar que el surgimiento del sistema MIDI representó toda una revolución en el campo de la música moderna al ampliar las posibilidades técnicas en la ejecución y grabación musical, colocando al sintetizador como el instrumento central para el control de fuentes sonoras digitales tales como baterías digitales, secuenciadores, *samplers*, procesadores y bancos de sonido. Desde entonces se empieza a recurrir a la computadora para un mayor dominio de los sonidos digitales y a partir de entonces se dan a conocer una amplia variedad de *softwares* con diversos tipos de aplicaciones para la música. Con la posibilidad de traducir señales sonoras analógicas a digitales, la interface MIDI permite a la computadora conectarse a una gran variedad de instrumentos musicales y dispositivos de audio, estableciendo un mayor control en las tareas de sonorización, grabación, edición y transmisión del sonido.

La ruptura esencial con otros medios electrónicos para la música reside en que la computadora puede incluir otros conceptos y sentidos al tratamiento de la música.

1.4 LA MUSICA EN EL DESARROLLO DE INTERNET

Desde muy temprano la música comienza a tener presencia en Internet al grado de ser uno de los primeros usos no académicos ni militares que se hacen de la red. Los mismos estudiantes norteamericanos que en los años 80's entran a las redes universitarias intercambian información sobre sus artistas y temas preferidos. Posteriormente, la transmisión de música en las redes de Internet se hará posible gracias a las técnicas de digitalización del sonido. El sistema precursor de estas técnicas es la interface MIDI que se mencionó en el apartado anterior.

Otros procedimientos que posibilitaron la transmisión de audio en línea son las técnicas de compresión de archivos, las cuales ayudaron a que documentos de una gran tamaño, como es el caso de documentos de audio, puedan ser transmitidos o accedidos con mayor facilidad y en el menor tiempo posible. Así a principios de los noventa temas musicales de hasta dos minutos podían viajar por *E-mail*, FTP (Protocolo de Transferencia de Archivos), *Telnet* o *Gopher*.

En 1992 inician operaciones *Audio Multicast* y *Video Multicast*, dos avanzados sistemas de transmisión de información audiovisual vía Internet. Hasta ese momento, el desarrollo de la red permitía comunicarse principalmente a través de texto. Otro tipo de archivos sólo podían transmitirse mediante una operación de compresión y codificación especial.

Con el surgimiento de la WWW en 1993, el cual estableció una interface audiovisual para el fácil intercambio de información (4), la música empieza a tener una presencia atractiva en la red, con una serie de dispositivos que facilitaron su manejo audiovisual en distintas aplicaciones para Internet. La cultura musical y del *comic* de ciencia ficción norteamericano le confeccionan un primer imaginario colectivo a esta tecnología.

A partir de es momento la presencia en Internet de la música se incrementa significativamente colocando una infinidad de productos y servicios en la red,. El campo de la música en Internet inicia su presentación con abundantes documentos difundidos por colectivos independientes de artistas o por los mismos estudiantes norteamericanos, quienes a través de las redes universitarias intercambian información sobre sus artistas y temas preferidos. Gradualmente la transmisión de música en las redes

de Internet va mejorando de calidad gracias al perfeccionamiento de las técnicas de digitalización del sonido.

Algunas de estas técnicas que incidieron de manera importante en el campo musical son las aplicaciones que permiten la distribución de música grabada. En 1998 se populariza el uso del programa: *MP3*, el cual se utiliza un sistema de masterización y codificación especial de tracks de audio que permite su distribución en Internet conservando la calidad de CD. Con este sistema todos los días se distribuye gratuitamente una gran cantidad de grabaciones musicales, evitando así a los intermediarios y alterando profundamente los sistemas tradicionales de distribución que durante este siglo utilizó la industria musical.

Cap. 2.- PRESENCIA DE LA MUSICA EN LA RED DE REDES

2.1 FORMAS DE PRODUCCION Y CIRCULACION EN EL CAMPO MUSICAL DE INTERNET

Esta investigación se dio a la tarea de navegar por los sitios más característicos que aseguran la presencia y movilidad de la música en Internet. Se eligieron cinco categorías: las herramientas de búsqueda, las páginas electrónicas, los programas de sonido, los programas de audio y video y las prácticas comerciales.

Después de explorar el Internet musical uno se da cuenta de que este espacio no se limita a difundir los productos de entretenimiento que promueve la industria musical, como lo haría cualquier otro medio electrónico: destacando las ofertas y "éxitos" del negocio musical. El considerable poder que tienen esas empresas en cuanto a presencia y derroche de recursos parece desvanecerse en Internet al presentarlas como igual ante proyectos más modestos. Hay que reconocer sin embargo que la razón se debe en gran parte a las actuales propiedades técnicas de este medio.

En la estructuración del campo productivo del Internet musical intervienen las características de la infraestructura informática y el deslizamiento de los saberes musicales hacia el entorno digital. Los procedimientos técnicos que desarrolló la cultura informática para el ordenamiento de archivos y administración de redes, aparecen en la raíz de las formas de circulación de la música en el ciberespacio. Aún así Internet reinterpreta el campo musical agregando matices que funcionan de contrapeso hacia el poder de las corporaciones, al darle cabida a formas autónomas de producción y distribución de la música.

El aspecto hipertextual de la red ofrece interesantes innovaciones en el campo musical frente a los demás medios en virtud de que, como se mencionó anteriormente, la multidireccionalidad en Internet implica que hay una diversidad de emisores que contrasta con la unidireccionalidad con que se transmite la música en los canales de comunicación tradicionales.

La presencia de la música en Internet indican un desplazamiento técnico fundamental: La difusión electrónica de la música se trasladó a Internet pero no su calidad de reproducción. La necesidad de desarrollar nuevos sistemas de difusión sonora en Internet para empatar la calidad de otros dispositivos, hizo que surgieran tecnologías que no sólo superan considerablemente la capacidad de reproducción de otros dispositivos sino que puso en crisis el sistema de comercialización de los fonogramas musicales.

Al respecto conviene referirse al primer cuestionamiento dentro de las leyes de los medios de

McLuhan (5), acerca de qué ha mejorado o intensificado con tales desarrollos el campo musical en Internet. Parte de la respuesta sería la atmósfera multimedia que se propaga en el Internet musical, la cual ha establecido un ambiente mediático que intensifica la comunicación en el campo. La creciente interactividad en la información musical obliga a contemplarla como un producto activo dentro de la red de redes.

2.2 SERVICIOS MUSICALES EN LINEA

Ahora corresponde hacer una aproximación a la forma en que se ofertan los bienes y servicios en el ciberespacio musical, al igual que los modos en que los agentes llevan a cabo acciones de apropiación de productos musicales correspondientes a sus intereses y a la posición que ocupan en el campo. Tales procesos viven un cambio substancial con respecto a otros medios ya que, entre otras características, la distribución de los bienes simbólicos musicales en Internet no siempre dependen directamente del factor económico, sino que además entra en juego el factor del conocimiento informático.

En Internet podemos distinguir los siguientes servicios relacionados con la música: elaboración de publicaciones electrónicas, educación musical, comercio electrónico, radiodifusión y transmisión de eventos musicales.

En el aspecto de la comercialización en línea se está buscando el desarrollo de sistemas confiables para que en Internet se pueda realizar cualquier operación económica sin ningún peligro. Desde hace algunos años se están llevando a cabo investigaciones en esa dirección sofisticando cada vez más los sistemas de encriptación, que consisten en contraseñas y candados digitales de seguridad. Si tienen éxito teóricamente se lograría la generalización de las operaciones compraventa en línea, e Internet entraría a otra era de su desarrollo con implicaciones profundas en los sistemas de comercialización mundial.

Estos cambios trascendentes están siendo impulsados también desde el campo del Internet musical al iniciarse en 1997 la distribución en línea de grabaciones musicales. Estas operaciones fueron inauguradas a mediados de ese año con la liberación en la *WWW* de algunas canciones de los grupos norteamericanos de rock *Creed* y *Incubus* a través de la difusión de archivos de sonido con calidad de CD; hecho que despertó mucha polémica ya que esto supone una profunda alteración en los sistemas tradicionales de distribución que durante este siglo generó grandes ganancias a varios intermediarios entre el público y el artista.

Como se ya se mencionó anteriormente, la forma de distribución en línea consiste en la realización previa de una masterización y codificación especial de tracks de audio para su transmisión en Internet a través de aplicaciones como *MP3*. Este sistema permiten copiar grabaciones de audio con la calidad de un disco compacto, almacenarlas en las computadoras personales y distribuirlas a través de Internet.

Esta innovación ha sacudido profundamente la industria del disco, a tal grado que no sólo cientos de compañías de grabación independientes están utilizando esta vía de distribución, sino que también han surgido estratégicas alianzas para participar del mercado emergente como por ejemplo los convenios entre las compañías *Liquid Audio*, *Capitol Records*, *Microsoft Corp.*, *Real Networks*, *Dolby Laboratories Inc.* y *Fraunhofer Institute for Integrated Circuits (IIS)*. Se dice que actualmente más de cien mil canciones están disponibles en la red, algunas gratuitamente, otras como demos y otras sólo a través de su compra (6).

Analizando los servicios de venta en línea a través de las páginas musicales de Internet se puntualiza que:

1) Las ventas digitales en el campo abre nuevas esferas de competencia comercial para la música,

pero limita la mercantilización de productos grabados al ponerlos disponibles gratuitamente muchos de ellos. Ello ha obligado a reestructurar las estrategias de venta en línea de música grabada.

2) Las operaciones compraventa para la apropiación de bienes tienden a generalizarse en la medida en que se desarrollan medios seguros de compra. Mientras tanto la adquisición de bienes grabados en el Internet musical ya no sigue dependiendo del poder adquisitivo de los agentes.

3) El cibernauta debe actualizar sus sistemas de referencia interiorizados sobre la relación mercantil. Los agentes establecen relaciones comerciales en línea mediante acuerdos y alianzas tácitas bajo el esquema tradicional cliente-vendedor, sin embargo la inmaterialidad de los productos digitales y la no necesaria presencia física del dinero nos habla un nuevo paradigma simbólico para las acciones económicas.

2.3 LOS AGENTES DEL INTERNET MUSICAL

La construcción del campo musical en Internet no opera solamente a través de procesos técnicos, sino que tienen un origen social y forma parte de proyectos colectivos de agentes relacionados con la música. En un momento dado pueden compartir aspiraciones similares o enfrentarse polémicamente cuando difieren.

Actualmente Internet funciona como un medio de contacto y expresión de diversos grupos sociales y en este sentido todo tipo de música ocupa diversas páginas electrónicas y foros de discusión relevantes. Las exploraciones nos permitieron advertir que las publicaciones electrónicas sobre música que actualmente circulan en el ciberespacio, cubren una amplio margen de temas y en ellas se actualizan los hábitos de los agentes, mostrando que las diversas posiciones tanto políticas como artísticas varían según el contexto socio-cultural en que se producen.

Los agentes interesados por la música en Internet se pueden distinguir en forma esquemática en tres sectores que están interrelacionados (lo que quiere decir que un mismo agente podría encontrarse en las tres categorías al mismo tiempo): los usuarios masivos que normalmente consumen productos musicales, los agentes especializados profesionalmente al campo de producción musical y la intervención de empresas comerciales o institucionales.

Para los primeros la red ofrece un gran volumen de información la cual es estructurada mediante las herramientas de búsqueda, en directorios temáticos exhibiendo una clasificación según gustos, nombres de artistas, compañías o servicios audiovisuales. Aunque todavía falta tiempo para apreciar más claramente cómo los procesos de comunicación en Internet están revolucionando diversas prácticas musicales, en este caso se pudo observar, considerando los servicios que predominan en la WWW, que los agentes del público masivo de música utilizan Internet fundamentalmente para seis cosas:

Fig. 1 .- Acciones de usuarios masivos del Internet musical:

	- Obtener información musical
--	-------------------------------

<p>USOS MAS FRECUENTES DEL INTERNET MUSICAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Colocar páginas sobre algún tema relacionado con la música - Comunicación vía E-mail sobre el tema de la música - Conversación en línea sobre música - Comprar algún producto o servicio - Instruirse en algún instrumento o técnica - Bajar (<i>download</i>) fotografías, sonido y programas
---	---

Dentro de las características digitales que brinda la interface de la *WWW* para ejercer cualquier práctica comunicativa, el agente usuario siempre tiene una amplia gama de opciones para relacionarse con los demás agentes y con los contenidos de los páginas de música de Internet. La retroalimentación inmediata es uno de los elementos capitales para el desempeño de la comunicación en las redes.

Tratando de ilustrar la composición de la población del Internet musical, se presenta una primera aproximación clasificadora de los agentes especializados:

Fig. 2.- Agentes usuarios especializados que ofrecen servicios en el Internet musical:

<p>USUARIOS ESPECIALIZADOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñadores - Músicos - Ingenieros de grabación - Técnicos de sonido - Maestros de Música - Constructores de Instrumentos musicales - Comerciantes - Representantes - Publicistas - Abogados
------------------------------------	---

Entre el grupo de agentes que podríamos nombrarlos como el sector especializado podemos situar, en primera instancia, a los músicos y a los diseñadores como los principales agentes en una jerarquía de la producción del campo. Mucha gente ligada a la elaboración digital de imágenes y sonidos utiliza constantemente los espacios musicales de Internet para comunicarse, compartiendo sus experiencias y debatiendo sobre diversos proyectos tecnológicos ligados a la música.

Por su parte los músicos aprovechan la red para establecer contacto entre ellos mismos y con el público en general. Algunos de ellos prestan servicio de enseñanza musical por línea desde hace algunos años. A la vez, la red ha servido como punto de encuentro de varios constructores artesanales de instrumentos musicales, quienes venden sus productos, comparten experiencias y discuten sobre sus técnicas de trabajo. Otros profesionistas ofrecen campañas publicitarias al igual que contrataciones para presentaciones en vivo a través de representantes; mientras que también hay abogados que ofrecen asesoría legal especializada en el campo de la música. Un gran espacio ocupan los vendedores de todo tipo de productos musicales, pero cabría destacar por su importancia a los que ofrecen la diseminación de grabaciones sonoras por línea como los iniciadores de una nueva era en la distribución musical.

Para concluir esta parte se puede precisar que observando las distintas interacciones que los agentes establecen en este campo, las experiencias actuales en el Internet musical sugieren una tendencia a establecer un espacio incluyente donde tienen cabida una amplia gama intereses y expresiones relacionados con la música. De todos modos la comunicación que ahí se despliega no es tan inocente como podría ser en la linealidad de otros canales de difusión musical. La pluralidad de opiniones es una de las características principales del campo y se comprueba a través de las controversias que ahí se presentan.

Cap. 3.- EL CAMPO DE LA MUSICA ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION

3.1 LAS SENSIBILIDADES A TRAVES DEL INTERNET MUSICAL

Revisando analíticamente parte de las manifestaciones del Internet musical, desde las perspectivas teóricas elegidas por esta investigación, se descubre que la comunicación digital de la música puede tener profundas consecuencias sobre varios aspectos técnicos y sociales que abarca el vasto campo del quehacer musical.

Por ahora las cualidades incorpóreas, interactivas e hipertextuales en el funcionamiento de la comunicación por Internet ha colocado a la música en un ambiente mediático propicio para el desarrollo de otras sensibilidades que armonicen con la multilinealidad del ciberespacio. Uno de los ejemplos más reveladores es el desempeño en Internet de la comunicación musical como ejercicio comunitario, a semejanza de los radioaficionados y de la prensa independiente en el ámbito de la comunicación analógica.

Los llamados en defensa de la libertad de expresión en la red, moviliza a los cibernautas hacia acciones conjuntas sobre la idea de la información como un patrimonio universal, independientemente de su naturaleza. La propagación de la música en Internet es concebida mediante la idea de que: "la creación, copia y distribución de la música debe ser irrestricta, como respirar aire o tomar los rayos del sol..." (7)

Estas formas de propagar la música libremente, que no es concebible en los medios tan ajustados a un molde institucional y a las demandas del mercado discográfico, recupera la naturaleza intangible de la música lo que le permite circular sin muchas restricciones en la red de redes, acentuando la estrechez

de los medios burocratizados. De hecho gran parte de la información musical en Internet, gráfica, textual y audiovisual, se intercambia gratuitamente, dentro de una atmósfera lúdica que nada tiene que ver con las operaciones comerciales que marcan las reglas corporativas.

El desarrollo de una red global de enlaces y referencias para la música, que a corto plazo facilita la adquisición de información y el contacto entre grupos sociales involucrados al campo sin importar su distancia física, parece abrir la posibilidad de un cambio en la mentalidad para ejercer y percibir la actividad musical a través de medios electrónicos. Recordemos que dentro de las novedades básicas que Internet introdujo al campo musical fue el haber modificado las formas de estructurar la información al presentarla de manera no jerárquica, sino interactiva e hipertextual, alentando el reconocimiento de que al utilizar estos nuevos canales y aplicaciones se está dirigiendo a un público que posee, además de referencias musicales, cierto grado de información tecnológica.

El cambio cualitativo reside en la posibilidad de pensar cualquier tema relacionado con la música como una puerta de entrada hacia otras vías y niveles de la práctica musical, como también hacia otros puntos de vista. La movilidad de la información es una cualidad que demanda agentes dinámicos con la suficiente sensibilidad para darle sentido al caos informativo y a la abundancia de datos. El riesgo es que cambios profundos en el aspecto social, tecnológico y cultural de las prácticas comunicativas a través de un instrumento como Internet, también podría significar el arma para separar sociedades informadas de las no informadas. En otras palabras: un factor de desigualdad. En el campo musical hablaríamos de prácticas musicales dirigidas a colectividades globales, intensificando el contacto con distantes agentes y proyectos, pero marginando a las audiencias no informatizadas. Esa es la paradoja de Internet: es un instrumento democrático y excluyente a la vez.

Por otro lado un Internet musical forzado al extremo implicaría la aparición de un entorno mediático que concentrara los principales recursos audiovisuales digitales, al servicio de los músicos y de los agentes relacionados con este campo. Ahora mismo Internet pone al alcance de los agentes información sobre música que en otros tiempos tardaban meses, o quizás años, en obtenerla. Cabe recordar que lo sobresaliente en el reciente desarrollo de las nuevas tecnologías, es su capacidad para articular proyectos de toda índole con avances tecnológicos de comunicación. Actualmente es normal que cualquier campo del quehacer humano trate de resolver sus necesidades de comunicación a través de Internet, la música no es la excepción y la fuerza comunicativa que ha adquirido con el uso de este instrumento, ha hecho necesario una nueva definición de los tiempos y las distancias para llevar a cabo sus proyectos.

La "hipermedia" ya está en marcha, los servicios, contenidos, espacios y rutas de los mensajes musicales que pueblan las redes han abierto canales alternos a los medios electrónicos tradicionales. La elección la tienen las audiencias, si tienen la posibilidad económica y si tienen la sensibilidad para emanciparse de la transmisión lineal de la música. Sin esa sensibilidad tal vez el Internet musical al extremo sólo se convertiría en otro club privado con entretenimientos *high tech*.

3.2 TRANSFORMACION DE LAS RELACIONES SOCIALES EN EL CAMPO DE LA MUSICA

Después de presenciar diversos usos de la red en relación a la música, nos damos cuenta que Internet impacta en distinta forma y medida muchas áreas de la actividad musical. Entre los desarrollos técnicos más innovadores para el campo musical, se perfila el sistema MP3 como el detonante con que Internet está ocasionando una conmoción que tendrá profundas y mayores consecuencias en el terreno de la distribución: "Las páginas *Web* dedicadas a la distribución de música en formato MP3 surgen cada día como hongos... Tanto la industria de la computación como los ejecutivos del negocio musical están de acuerdo en una cosa: la técnica MP3 e Internet están destinados a cambiar para siempre la forma de consumir o de recibir música en el futuro." (8)

Este avance, en la medida que parece afectar una de las estructuras básicas de la industria musical, a largo plazo sugiere la reestructuración del campo musical. Sin duda uno de los cambios más crítico que esta generando el Internet musical es, como ya dijimos, la posibilidad de distribuir gratuitamente música grabada por este medio. La adquisición digital por línea de música grabada por medio de Internet anuncia el fin de grandes intermediarios y por lo tanto muy probablemente va a sacudir toda la industria de comercialización de la música. Sectores independientes proclaman a Internet como un instrumento para lograr la emancipación de los músicos (y de sus obras) de la explotación que han sido objeto durante muchos años por parte de las compañías disqueras, estaciones de radio y cadenas de televisión.

En Internet la música encontró un nuevo espacio para su desenvolvimiento como manifestación artística, proyecto tecnológico o como conocimiento social, replicándose y propagándose a través de la red sin la necesidad de los recipientes físicos habituales. Este espacio no se ha estructurado de manera pacífica sino que ha incluido conflictos que revelan la conformación de un nuevo terreno de lucha entre la parte lúdica, espontánea y creativa de esta práctica y los intereses de la industria del entretenimiento que perciben en la *Web* un posible canal para la mercantilización.

Las pugnas por la distribución en línea de las grabaciones musicales nos muestra cómo se manifiesta el enfrentamiento entre esas dos concepciones opuestas: "La *RIAA* y compañías de la industria de alta tecnología como *Microsoft*, *IBM* y *America Online* están trabajando conjuntamente en la producción de una técnica estándar destinada a combatir la copia y el tráfico ilegal de música a través de Internet..." Y por otro lado: "la técnica MP3... es una oportunidad creadora única para que artistas poco conocidos hagan oír su música y la distribuyan a una vasta audiencia en Internet. Hay ya músicos desconocidos que han establecido sus propias páginas en la *Web*, precisamente para ofrecer sus creaciones gratuitamente al público. Y hay otros que venden sus canciones directamente, sin la mediación ni la necesidad del respaldo de una empresa discográfica." (9)

Casos observados como este último nos permiten establecer que existen estrategias y acciones comunicativas dentro del mercado de la música en Internet que modifican profundamente los valores acumulados e instituidos por los demás medios tradicionales acerca de la difusión musical. Sin embargo el instrumento tecnológico por sí sólo no va a revolucionar una mentalidad de más de cien años que dice que la música es entretenimiento y negocio. Las acciones de los agentes involucrados con la música en Internet son decisivas para que se den las transformaciones y la emergencia de nuevas sensibilidades. Por lo pronto la distribución de los bienes musicales, como el principal capital simbólico en disputa dentro del campo, se ha reconfigurado y a mediano plazo parece recuperar la esencia comunitaria de la expresión artística:

"Nociones de propiedad, valor, pertenencia, y la naturaleza misma de la riqueza están cambiando de manera fundamental más que en cualquier otra época... Sólo muy pocas personas han advertido la enormidad de este cambio y pocas de ellas son abogados o oficiales públicos. Aquellos que sí comprenden estas transformaciones, deben preparar respuestas para la confusión legal y social que hará erupción en la medida en que los esfuerzos para proteger nuevas formas de propiedad con viejos métodos se vuelva más obviamente inútil, y por consiguiente, más irremediable" (10).

El agente que recibe beneficios por la venta de música grabada, en este caso las compañías discográficas, siente peligrar su intereses cuando la música fluye gratuitamente por Internet. Por el otro lado el agente que ha reconocido lo inaplicables que son muchas de las leyes de propiedad en el ciberespacio y ejerce la libertad de obsequiar música como una acción legítima, asume una postura política intentando actualizar nuevos valores.

"El ciberespacio consiste en transacciones, relaciones y el mismo pensamiento... es un mundo que está en todas partes y en ninguno a la vez, no es aquí donde los cuerpos habitan. Estamos creando un mundo donde todos pueden entrar sin privilegios o prejuicios según su raza, poder económico, fuerza militar o fecha de nacimiento. Estamos creando un mundo donde cualquiera, dondequiera que se encuentre, sea femenino o masculino, exprese sus creencias no importa que tan singulares sean, sin

miedo a ser forzado al silencio o a la conformidad. Tus conceptos (del gobierno de Estados Unidos) sobre propiedad, expresión, identidad, movimiento y contexto, no se aplica a nosotros. Esos conceptos están fundados en la materia, aquí no hay materia. Nuestras identidades no tienen cuerpos al contrario de ti, así que no podemos entrar al orden mediante la coerción física" (11).

En esta aguda controversia las divergencias cobran dimensiones políticas. En este caso el desarrollo digital parece haber sido benéfica para las prácticas comunitarias, y en esa misma medida ha afectado los intereses del gobierno y de las grandes organizaciones como las compañías discográficas en el caso de la música. De todos modos los empresarios no piensan rendirse en esta lucha campal y están por emprender ofensivas para alcanzar el control de Internet, confiados de que el desarrollo tecnológico ha estado de su lado en la mayoría ocasiones en el pasado. Y es que resulta paradójico que una tecnología tan costosa y sofisticada como Internet ahora se haya convertido una amenaza para intereses de los poderosos, al menos por el momento.

Por lo pronto podemos concluir que el sistema de producción de bienes simbólicos en el campo musical de Internet, como pudimos observar, no tiene como propósito nada más la construcción de públicos consumidores. Lo que ocurre en el presente periodo en la historia del campo de la música en Internet, es que la relación mercantil entre productor y consumidor dejó de ser el fundamento central para la producción, distribución y consumo de los bienes musicales, y por lo tanto las relaciones sociales se ven ampliadas hacia otro tipo de interacciones.

CONCLUSIONES:

- 1) Internet insinúa a largo plazo un cambio de paradigma en las formas de distribuir las bienes artísticos mediante la comunicación digital, considerando los desarrollos tecnológicos que hicieron más independiente y democrático el acceso a la música. Pero el problema es que no sabemos aún si esta situación sólo es coyuntural ante el actual empeño de los gobiernos y de las grandes corporaciones por controlar y sacarle más provecho comercial y político a Internet. No existe garantía de que en algún futuro se restablezcan en el campo de la música en Internet la estrecha mentalidad mercantil y el control de la libertad de expresión.
- 2) En la medida en que se van desarrollando técnicas para el control, censura y vigilancia de las prácticas comunicativas a través del ciberespacio, se prepara el terreno para la acción de los intereses corporativos. La evolución de Internet tiende hacia un uso más comercial porque cada día son más eficientes las tácticas de racionalización de sus recursos técnicos, los cuales además son cada vez más compatibles con las fórmulas de expansión y globalización dirigidas hacia la privatización de los servicios de comunicación. El actual desenvolvimiento de la comercialización en el ciberespacio musical es una muestra de cómo algunas empresas a través de Internet están forzando el desarrollo tecnológico para ampliar el margen de operaciones administrativas y mercantiles.
- 3) Internet encierra muchas interrogantes sobre la propagación digital de la música. Es lógico que hoy en día la mayoría en el público amplio que se acerca al campo de la música en Internet, pretenda usos similares a otros dispositivos electrónicos y quiera convertir a su computadora en radio, tocacintas, CD, grabadora, *walkman*, rockola, video o hasta en un D.J. El cambio de mentalidad aún no lo vemos pero los usos creativos del Internet musical entre algunos agentes especializados parecen reivindicar el papel social de la música, deslizando algunas tonadas gratuitas.
- 4) La música se ha desplazado a Internet liberándose de sus recipientes físicos y ha recuperado su esencia como expresión humana no sujeta a las limitantes materiales. Al rebasar las fronteras impuestas por los sistemas de explotación comercial de la música, se da una profunda ruptura con la conceptualización de la música como posesión y le devuelve su carácter de patrimonio colectivo.

5) Antes de que Internet se vuelva un medio frío, con contenidos previsible y de altas tarifas del tipo "pago por evento" (ya que no existe ninguna garantía de que esto no ocurra), habría que rescatar de la presente era de la comunicación digital las experiencias que le han devuelto a la información su carácter humano. El caso de la música en Internet pone al descubierto los mitos que sostuvieron a una industria que por muchos años se autoproclamó propietaria del trabajo de los músicos. La lección en este sentido sería humanizar los instrumentos tecnológicos de comunicación para derribar los obstáculos que impiden la libre circulación de la ideas y de las creaciones artísticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(1) Art: "The modern/20th Century Era (1900-Present)", *Music Notes - An Interactive Online Musical Experience*, Estados Unidos, 1999:

<http://library.advanced.org/15413/history/history-mod.htm> (fecha de consulta: 28 de abril 1999).

(2) Flichy, Patrice (1993). *Una Historia de la Comunicación Moderna*, México, Ed. Gustavo Gili, p. 230.

(3) Art: "Biografía del MIDI", en el periódico: *La Jornada*, suplemento: *Virtualia - Cibercultura y Nuevas Tecnologías*, 2 de junio de 1998, p. 3.

(4) Guzmán Velázquez, Carlos (1999). Art: "Tres décadas de Internet", en el periódico *El Universal*, sección: *Universo de la Computación*, 8 de febrero 1999, p. 6-7.

(5) McLuhan, Marshall y McLuhan, Eric (1990). *Leyes de los medios. La Nueva Ciencia*, México, Alianza Editorial Mexicana y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, p.20.

(6) Ryan, Erik (1998). Art: "Liquid Audio makes leaps in Internet music distribution with solid growth in one year`s time" *Press Release*, Estados Unidos, 15 de julio de 1998.

<http://www.liquidaudio.com/press.html> (Fecha de consulta: 23 de febrero 1999).

(7) Samudrala, Ram (1999). Art: "The Free Music Philosophy", *Electronic Frontier Founation*, Estados Unidos: http://www.eff.org/pub/Intellectual_property/Audio/free_music.article (fecha de consulta: 2 de mayo 1999).

(8) Dougherty, Jay (1999). Art: "La revolución musical en Internet", en el periódico *El Universal*, sección *Universo de la Computación*, México, 22 de marzo 1999, p. 8.

(9) Dougherty, Jay (1999). *Idem*.

(10) Perry Barlow, John (1999). Art.: "Selling wine without bottles: The economy of mind on the global net", *Electronic Frontier Founation*, Estados Unidos, :
http://www.eff.org/pub/Publications/John_Perry_Barlow/HTML/idea_economy_article.html (fecha de consulta: 3 de mayo de 1999).

(11) Perry Barlow, John (1999). Art.: "A cyberspace independence declaration", *Electronic Frontier Founation*, Estados Unidos:
http://www.eff.org/pub/Publications/John_Perry_Barlow/barlow_0296.declaration (fecha de consulta: 4 de mayo de 1999).



Regreso al índice de esta edición

