



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Aragón

Identidad musical

T E S I S

Que para obtener el título de

Licenciado en Comunicación y Periodismo

P R E S E N T A :

Erick Christopher Cruz Mendoza

Asesora:

Dra. María de Jesús Mendiola Andrade



Cd. Nezahualcóyotl, Estado de México

Septiembre 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mi familia, por el apoyo brindado durante toda la vida para no dejar que me rinda, por las innumerables lecciones que me han enseñado aún sin decir una sola palabra y por mostrarme la importancia de la palabra familia. Les agradezco el haber disfrutado a mi lado de los buenos momentos y permanecer más firmes que nunca en los más oscuros para mostrarme que vivir se trata de dar lo mejor de uno mismo hasta el último momento.

A la Dra. María de Jesús Mendiola Andrade por todo el seguimiento y apoyo sin el cual la realización de este escrito no hubiera sido posible, por ser esa luz en el camino para cerrar este ciclo de la mejor forma. A la Universidad Nacional Autónoma de México, por ser la institución que durante muchos años me otorgó la oportunidad de desarrollar mi conocimiento y por permitirme aprender de personas extraordinarias que difícilmente hubiera podido conocer en otro lugar.

A mis amigos y seres queridos que con pequeños comentarios, inquietudes y acciones me impulsaron a concluir una de las etapas más importantes de mi vida. A mi pareja, por haberme mostrado en tan poco tiempo que uno debe aprender a esperar con paciencia y trabajar con esfuerzo para atraer lo mejor de la vida.

Índice

Introducción	3
Capítulo I. Música, identidad y comunicación: la evolución de una sociedad	6
1.1 La música como hecho social	9
1.2 Cultura e identidad	14
1.3 De los colectivos juveniles	23
Capítulo II. Tecnología para el desarrollo musical	38
2.1 Viejos modelos vs. nuevos modelos	48
2.2 Spotify: la distribución digital	53
2.3 Inmaterialidad discográfica	60
Capítulo III. La era del acceso directo a la identidad musical	69
3.1 Intangibilidad emocional	73
3.2 Personalidad digital	81
3.3 Interacción de los oyentes con el hecho musical	90
Conclusiones	105
Fuentes de consulta	111
Anexos	117

Introducción

Día con día la música cobra un lugar importante en la construcción y evolución de múltiples identidades culturales alrededor del mundo, Nietzsche afirmaba que la vida sin ella sería un error, y es que sin el discurso sonoro el ser humano se encontraría con ciertas limitaciones al momento de externar sus ideas, sensaciones, emociones y sentimientos.

La presente investigación pretende conocer los cambios estructurales que ha manifestado la industria del consumo musical a través de un análisis descriptivo que, como su nombre lo indica, consista en describir el rol que ejerce la música dentro de la sociedad actual y la forma en que ayuda a los individuos a relacionarse entre sí para la configuración de identidades culturales como las que hace años solíamos observar con los *emo*, *punk*, *góticos*, *chacas*, entre otras.

La intangibilidad que día con día gana un mayor terreno en distintos ámbitos ha modificado la manera en que los individuos de la sociedad interactúan con los diferentes medios de comunicación para gestar conocimiento, entretenerse y constituir su identidad. Es debido a la ausencia de emociones y sentimientos que las personas solían delegar en los objetos físicos que éstos hoy se convierten en algo obsoleto gracias a la popularidad que han ganado los servicios digitales.

Esta investigación tiene como principal objetivo conocer cómo afecta a la creación de una identidad cultural musical el cambio de formatos físicos a digitales, gracias a la gran oferta que existe en los diferentes espacios virtuales, los jóvenes recurren a un modelo que contribuye al desarrollo de la música como un producto de consumo lejos de una expresión artística.

En la década pasada los diarios del país hablaban sobre la mayor relevancia que tomaban las subculturas juveniles a lo largo del territorio, se creaban teorías y patrones sobre lo que le esperaba a la construcción social de los jóvenes y cuál era el futuro de éstos, sin embargo, con el paso del tiempo esas investigaciones han perdido relevancia entre el mar de información que existe en la actualidad ya que poco a poco se han desvanecido las colectividades juveniles como solíamos conocerlas.

Los actuales estudios sobre las formas de consumo de música en la era digital se centran principalmente en las consecuencias económicas que ha traído consigo la llegada de las plataformas de *streaming*, dejan de lado el papel que toma el hecho musical para la configuración de una identidad cultural y la interacción creada dentro de las colectividades, por lo cual los puntos de vista sociales y comunicativos pasan a un segundo plano.

Es por ello que la presente investigación responde a esa inquietud por conocer la conexión actual que establecen los jóvenes con los servicios digitales de música para la configuración de una identidad, al centrarse en la relación que existe entre la música como un hecho social y las consecuencias de la intangibilidad discográfica. Es dentro del universo digital donde la juventud ha encontrado un medio para comunicarse y expresar sus ideas.

El estudio permitió conocer qué aspectos motivan a los oyentes a dejar de consumir formatos físicos e inclinarse por el consumo digital e identificar cuáles son los principales rasgos de las subculturas juveniles que se han desvanecido con la llegada de éstos formatos digitales, así como conocer los principales motivos por los cuales las subculturas juveniles han decidido emigrar a otras ideologías.

En el primer capítulo, denominado *Música, identidad y comunicación: la evolución de una sociedad*, pretendemos mostrar la relación que existe entre éstas y el rol que ejercen en los jóvenes para la construcción de una identidad colectiva, además de la importancia de la música como un hecho social que sirve como medio de comunicación y expresión. Además se analizaron las características principales de algunas colectividades juveniles y la manera en que han surgido en nuestro país.

En el segundo capítulo, se examinaron los principales cambios que ha sufrido la industria discográfica y las características de los modelos de distribución de contenidos musicales del mundo digital, el estudio se centró en la plataforma Spotify y su desarrollo en México. Para ello nos apoyamos en un análisis descriptivo de los indicadores estadísticos de las principales empresas y organizaciones que gestionan información sobre cómo se distribuye la música, en concreto, con los datos proporcionados por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) para corroborar si existe alguna diferencia entre lo que sucede dentro de nuestro país y el resto del mundo.

En el tercer y último capítulo se realizó una investigación de campo consistente en la elaboración de un sondeo de opinión con 328 cuestionarios en la población de internautas para conocer cómo los usuarios de estos servicios han reconfigurado sus hábitos de consumo musical gracias a la accesibilidad inmediata que existe dentro de ellos e indagar si esto ha modificado su identidad cultural y la forma en que se relacionan con los demás.

Capítulo I

Música, identidad y comunicación:
la evolución de una sociedad

La música ha tomado un papel muy importante en la construcción y desarrollo de una sociedad, ha sido la encargada de darle voz e identidad a millones de personas alrededor del mundo. No se sabe muy bien el porqué el hombre comenzó a crear música pero queda claro que desde el inicio sirvió como un medio para entender su entorno, una forma de comunicarse dentro de un grupo a través del sonido.

El surgimiento del discurso sonoro ha permitido una edificación social que nos ayuda a interactuar con los demás seres a través de mensajes, nos ayuda a entender ideas y conceptos asimilados a lo largo de la historia descifrados y resignificados por el sentido de pertenencia que le brindamos hacia estas creaciones, se desarrolla una comunidad que entiende ese discurso y trata de emitir una participación activa a raíz de la expresión artística.

Durante cientos de años la música ha sido clave para los movimientos históricos que han sentado las bases de lo que hoy conocemos, ha brindado un espacio de unión entre las diferentes clases y estratos sociales, diferentes culturas y naciones que han visto en ella un lugar en común donde todos se pueden comunicar y entender entre sí incluso sin hacer uso del mismo idioma.

La música constituye un hecho social innegable, presenta mil engranajes de carácter social, se inserta profundamente en la colectividad humana, recibe múltiples estímulos ambientales y crea, a su vez, nuevas relaciones entre los hombres. Las canciones y melodías que llevamos dentro de nuestro equipaje cultural implican determinadas ideas, significaciones, valores y funciones que relacionan íntimamente a los sonidos con el tejido cultural que los produce.¹

¹ Fubini, Enrico, *Música y lenguaje en la estética contemporánea*, Madrid, Alianza, 2001 en Hormigos, Jaime. *La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina, Barataria*. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, s.f., núm. 14, pp. 75-84.

Diariamente nuevas expresiones musicales emergen alrededor del mundo, dentro de ellas se vierten el mar de ideas que han sido recolectadas a lo largo de la historia en un compendio de canciones adornadas con ritmos y sonidos que buscan ofrecer algo innovador, algo fresco que pueda distinguirse de entre la gran oferta que existe en la actualidad.

En las melodías se pueden percibir ideas, emociones y sentimientos de sus creadores, letras desgarradoras que hablan de una pérdida, voces tenues que arrullan el sonido de la tristeza para sostenernos entre sus brazos, ruidos sombríos que buscan mantener alerta al oyente, vibraciones que simulan el latido de un corazón y que continuamente nos mantiene en un estado de reposo.

El lenguaje constituye un pilar fundamental de la humanidad, es el transmisor de ideas entre los seres que habitan el planeta, es la habilidad que nos distingue de otros mamíferos, encargada de brindarnos relaciones con nuestros demás significantes para crear lazos y guiar así la evolución de la sociedad. Es en la música donde el ser humano ha buscado la manera de plasmar sus emociones y sentimientos para transmitirlos mediante una comunicación que se sirve de armonías para complementar su discurso.

[...] podemos ver la clara dimensión social que posee la música en el hecho de que aparece como un complemento del desarrollo del lenguaje hablado, y éste es una manifestación de las relaciones sociales. La música surge naturalmente de la elevación que los afectos producen sobre nuestros actos de habla y sobre nuestros movimientos, es expresión de las más variadas sensaciones anímicas.²

² Simmel, Georg, *Estudios psicológicos y etnológicos sobre música*. Buenos Aires: Gorla, 2003
Hormigos, Jaime. *La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina, Barataria*. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, s.f., núm. 14, pp. 75-84.

1.1 La música como hecho social

Hoy en día resulta difícil imaginar una sociedad en la que este discurso sonoro no forme parte de nuestra cotidianidad para llenar ese vacío auditivo con melodías que nos remiten a paisajes y momentos de nuestra vida, para conectarnos con aquellos que disfrutaban de los mismos artistas y canciones que nos ayudan a crear vínculos para entender de mejor manera cómo comunicarnos con nuestro entorno.

La música es una de las expresiones creativas más íntimas del ser, ya que forma parte del quehacer cotidiano de cualquier grupo humano tanto por su goce estético como por su carácter funcional y social. La música nos identifica como seres, como grupos y como cultura, tanto por las raíces identitarias como por la locación geográfica y épocas históricas. Es un aspecto de la humanidad innegable e irremplazable que nos determina como tal.³

La música se concibe como una disciplina plenamente social, se ha gestado a lo largo de la historia por y para grupos de personas que ejercen diferentes roles sociales en su relación con ella, los participantes de un evento de tipo musical interactúan de diferentes formas para comunicarse entre sí, este proceso sonoro se destina a un grupo determinado que se concibe como un conjunto social con gustos determinados.⁴

Desde el momento en que se concibe a la música se empieza a considerar como un reflejo de la sociedad en la que se crea, ya que dentro de ella se vierten tradiciones, costumbres e ideologías que pertenecen a una impresión histórica del momento en que se vive. A partir de esa creación los oyentes del discurso final se acercan a las ideas del compositor, comparan los pasajes musicales y los asimilan a recuerdos y momentos de su vida como una forma de entendimiento.

³ Angel, R; Camus, S y Mansilla, C., *Plan de Apoyo técnico musical dirigido a los profesores de Educación General Básica, principalmente en NB1 y NB2. Tesis de Pregrado*, Universidad de Playa Ancha. Valparaíso, 2008.

⁴ Hormigos, Jaime y Cabello, Antonio, La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *Revista española de sociología*, s.f., núm. 4, pp. 259- 270.

[...] la música se ha dotado desde un principio de una carga inherente de sociabilidad, es expresión de la vida interior, expresión de los sentimientos, pero a su vez exige por parte de quienes la escuchan, receptividad y conocimiento del estilo de que se trate, además de conocimiento de la sociedad en la que se crea, ya que cada obra musical es un conjunto de signos, inventados durante la ejecución y dictados por las necesidades del contexto social.⁵

No existiría el mundo tal como lo conocemos sin la existencia del hecho musical, a través de éste se han vertido mensajes llenos de signos y significados que sencillamente no se pueden comunicar con escritos, gráficos o un lenguaje común, se ha comprendido como un poder comunicativo en el cual no es necesario que las palabras sean inteligibles para poder transmitirnos algo.

La música como expresión artística influye también en diferentes ámbitos sociales gracias a que ha creado un universo infinito de oyentes que se acercan a dichas creaciones producidas por sus artistas favoritos para encontrar una forma de entendimiento y de interiorización cultural con cada sonido que emana de las ellas, se crea un vínculo con las melodías para tratar de explicar y transmitir sentimientos que con palabras se ven limitados.

Esta interiorización musical implica diferentes niveles de entendimiento en donde el receptor-oyente del discurso musical tiene un bagaje previo en donde las ideas transmitidas por el artista-creador pueden asimilarse con las de quien percibe el resultado final, es así como la música poco a poco se ha insertado en la colectividad social en donde un grupo de personas comparten ideales afines a los álbumes y canciones que escuchan diariamente.

⁵ Hormigos, Jaime. *Distribución musical en la sociedad de consumo: La creación de identidades culturales a través del sonido*. Revista Comunicar, s.f., vol. XVII, no. 34, pp. 91-98.

Es importante mencionar que gran parte de la funcionalidad de la música se debe a los procesos previos al concebir un producto final, las horas de ensayo de los músicos que interpretan las piezas, instrumentos reparados y manufacturados especialmente para producir las notas que se desean incluir en el compilado, cientos de ideas corregidas y al final desechadas por no acoplarse a aquello que el artista desea transmitir, la historia y tradición inmersas dentro de ella que se recolectaron en la mente con el paso del tiempo, todo para finalmente desarrollar un fin en particular hacia el receptor final del concepto creado.

Desde que el discurso musical surge del pensamiento del compositor hasta que llega a nuestros oídos, se suceden diversas fases que fluyen a través de un recorrido complejo, en el que se encadenan procesos comunicativos propios de este lenguaje, como el análisis de la obra, la interpretación, la producción, la percepción y la comprensión.⁶

Desde el principio de los tiempos el sonido ha funcionado como un conjunto de señas o símbolos de identificación entre el grupo de personas pertenecientes a una sociedad, desde silbidos o gritos que buscan transmitir un mensaje de alerta o una llamada de auxilio, hasta los más elaborados como es el caso del código morse, en donde la modalidad de la repetición y duración de las señales emitidas crean una simulación de las estructuras rítmicas y de armonía existentes en la música.

Estos elementos que constituyen el hecho musical parten de una necesidad particular del ser humano por comunicarse, si bien en ocasiones esta expresión artística puede remitirse a simplemente evocar sentimientos y emociones debido a la ausencia de un mensaje oral (como es el caso de la música instrumental) es imprescindible resaltar que funciona también como un proceso complejo de comunicación en el cual se vierten ideas y experiencias para ser compartidas hacia un receptor quien toma un papel importante durante este acto comunicativo.

⁶ Palomares, José, Comunicar la música, Revista Comunicar, s.f., núm. 23, pp. 13-16.

De esta manera la música formará parte importante en la comunicación entre los individuos, en la exploración y conocimiento de emociones, sentimientos e ideologías propias y ajenas. El discurso musical se transforma en una especie de vehículo en el cual las emociones y expresiones de una sociedad están en una constante evolución. Es así como la música reúne diferentes posibilidades en su interpretación, cuenta con significados abiertos y ofrece un lenguaje accesible para todos los intérpretes que, normalmente, aprenderán al mismo tiempo a comunicarse.⁷

En cada caso la funcionalidad de la música actúa en diferentes niveles para dotar de ideas y mensajes a aquellos involucrados en este universo, engloba un concepto en el cual los ritmos, letras y sonidos generados puedan comprenderse y permitan darle una significación a aquello que se escucha para finalmente construir una idea sobre lo que se reproduce.

Esta alternativa de comunicación es, al fin y al cabo, una muestra cultural más de cada país y un producto intrínsecamente intercultural con una gran carga de valores, llevando consigo la imagen del tiempo y de la sociedad de pertenencia; ya que es capaz de expresar la realidad material y humana de cada sociedad, y puede considerarse testigo excepcional de la cultura contemporánea.⁸

Debemos tener en cuenta que, para que esos signos y símbolos existan dentro de la música, es necesario entender el contexto dentro del cual vive esta manifestación ya que, si se extrae de todo aquello que le rodea, el análisis que se pueda realizar carecerá de fundamentos que se acerquen a la idea principal emitida en ella, es decir, se perderán los ideales, principios, sensaciones y emociones que busca transmitir el creador de la obra.

⁷ Torres, Luis, *La Música como un Medio Alternativo de Comunicación Ligado a la Revolución y la Reconfiguración Social*, Tesis para obtener el título de Licenciado en Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México, 2016, p. 18.

⁸ Campos, José, *Procesos interculturales en la comunicación digital y las transformaciones de la industria musical*, Revista Sphera Pública, s.f., núm. 4, pp. 101-118.

La creación musical surge a partir de modelos culturales concretos, es la sociedad quien se encarga de determinar la clasificación de los sonidos que emanan de las piezas musicales que surgen diariamente y quien brinda una funcionalidad a cada armonía, es así como podemos encontrar música determinada exclusivamente para el baile y la comunicación corporal, o música de ende totalmente religiosa que pretende satisfacer a un conjunto específico de personas.

Todas las funciones de la música son determinadas por la sociedad, por tanto, podemos decir que únicamente conoceremos la música y los movimientos sociales que hay en torno a ella, si conocemos el trasfondo cultural en el que se crea, ya que cada cultura musical está compuesta de sus propias peculiaridades, y tiene establecidos procedimientos concretos para validar la música, para desplazar los límites de lo que se incluye y lo que se excluye como parte de un género o para crear etiquetas que ayuden a la interpretación y clasificación del sonido.⁹

Entonces es tarea de la misma sociedad, que determina estos patrones culturales, otorgar un análisis adecuado para los surgimientos musicales en la nueva era donde estamos sumergidos en un mar de información y de sonidos con cada minuto que transcurre, esto con la finalidad de tener un acercamiento a la evolución social que representa la vida actual.

⁹ Hormigos, *Distribución...*, *op. cit.*, pp. 91-98.

1.2 Cultura e identidad

Desde el momento en que el ser humano nace trata de entender al mundo que lo rodea a partir de sus sentidos, es aquí donde el sonido toma mayor relevancia para crear una conexión entre los individuos dentro de una sociedad. El hecho musical forma parte importante de todas las sociedades, después del habla, la música es el sonido más importante creado por la humanidad, es una estructuración de ritmos y melodías que constituyen un lenguaje expresivo.

La música es un instrumento comunicativo fundamental que persigue describir conceptos, sensaciones, lugares, situaciones..., y por esta razón, las diversas culturas la han utilizado como un potente agente de socialización, ya que siempre ha tenido un poder y una vocación educativa importante que ha sido fundamental para la construcción social de identidades y estilos culturales e individuales.¹⁰

La apreciación musical constituye un proceso de identificación. E el momento en que una persona reproduce un álbum o una canción, comienza a generar juicios de valor sobre lo que escucha y es ahí donde se evocan las emociones y vivencias del contexto histórico que ha vivido, decide qué le agrada o no de esa música con base en todo el equipaje musical y cultural que ha conformado a lo largo de los años.

Lo que no se comunica no es cultura por ende, desde la concepción musical como una forma de comunicación, podemos afirmar que la música es cultura. Entendemos como cultura a la base y fundamento de lo que somos, existe desde el momento en el que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio y de nuestro entorno posteriormente¹¹.

¹⁰ *idem*.

¹¹ Boas, Franz, *Cuestiones fundamentales en antropología cultural*, Buenos Aires, Editorial Solar, 2011, p. 32.

La cultura se entiende como un carácter social en el cual se impregnan historia, costumbres, tradiciones, ideologías, sentimientos, entre otros, en ella se manifiestan las diferentes formas de expresión de una sociedad determinada. Las prácticas y formas de ser, los rituales y la vestimenta e incluso las normas de comportamiento son aspectos que disponen la existencia de una cultura.

La cultura como totalidad que engloba y define la vida en sociedad o parte específica de un sistema social es un concepto que parte de los padres de la antropología considerándola objeto de dicha disciplina, por incluir el resultado global de las creaciones de humanas; desde el lenguaje, hasta las herramientas y los símbolos; concretamente, artefactos, bienes, procesos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados.¹²

Dentro de la cultura se puede inferir que existe una cierta identidad pues en ella se comparten valores, símbolos o creencias que permiten crear una cohesión en un determinado grupo de personas para poder fundamentar un sentido de pertenencia. Esa identidad cultural está en un proceso continuo en el cual se transforman y adhieren elementos para su evolución y permanencia.

Desde que surge la relación artista-oyente la obra musical toma un papel dentro de la sociedad, los sonidos se crean para llamar al exterior y provocar un momento trascendental, este momento es la sensación de la música.¹³ Es en este instante que las armonías creadas comienzan a buscar un lugar dentro de la conciencia del ser humano, se relacionan con el mundo interno del oyente en espera de poder evocar emociones y sentimientos.

¹² Rubio, Ángeles y San Martín, Ma. Ángeles, *Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias*, Revista de estudios de juventud, s.f., núm. 96, pp. 197-213.

¹³ Hormigos, *La construcción..., et. al., op. cit.*, pp. 259- 270.

En el universo musical encontramos identidades que se han forjado durante años en las cuales ciertas conductas responden a estímulos que permiten un acercamiento más profundo al discurso que se propone. En algunos casos hay grupos de personas que tienden a sentir más empatía con artistas, álbumes o canciones porque apelan a un sentido o un sentimiento acorde a sus ideales y experiencias.

Para poder entender cómo funciona esta identidad cultural es necesario enfatizar en qué consiste la identidad o identificación dentro de la sociedad desde el sentido de pertenencia que se crea en las relaciones sociales humanas. Es importante mencionar que esta identidad es un proceso constante en una evolución interminable donde se involucran diferentes elementos para su creación o modificación.

[...] el enfoque discursivo ve la identificación como una construcción, un proceso nunca terminado: siempre «en proceso». No está determinado, en el sentido de que siempre es posible «ganarlo» o «perderlo», sostenerlo o abandonarlo. Aunque no carece de condiciones determinadas de existencia, que incluyen los recursos materiales y simbólicos necesarios para sostenerla, la identificación es en definitiva condicional y se afina en la contingencia. Una vez consolidada, no cancela la diferencia. La fusión total que sugiere es, en realidad, una fantasía de incorporación.¹⁴

Desde las elecciones alimenticias que tenemos día con día y la vestimenta que decidimos usar, hasta los medios de comunicación que empleamos para mantenernos informados, todo configura parte de esa identidad que se construye, nos hace tener una pertenencia hacia la conciencia que hemos formado con el paso de los años. Los libros que hemos leído, las películas que hemos visto, los deportes practicados y la infinidad de canciones que se han agregado a nuestro repertorio musical.

¹⁴ Hall, Stuart, *Introducción: ¿quién necesita «identidad»?*, en Hall, S. & Du Gay, P, *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires, Amorrortú, 2003, pp. 13-39.

El concepto acepta que las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. Están sujetas a una historización radical, y en un constante proceso de cambio y transformación.¹⁵

Gran parte de la construcción de esta identidad surge de una necesidad de diferenciarnos con el otro, de entender qué cosas no forman parte de nuestro yo para así poder enunciar lo que sí forma parte de él. La identidad funciona como una especie de rompecabezas interminable en el que la imagen final adquiere más elementos para ser finalizado y por ende necesita más piezas que lo completen en su totalidad.

Las identidades son, por así decirlo, las posiciones que el sujeto está obligado a tomar, a la vez que siempre «sabe» (en este punto nos traiciona el lenguaje de la conciencia) que son representaciones, que la representación siempre se construye a través de una «falta», una división, desde el lugar del Otro, y por eso nunca puede ser adecuada —idéntica— a los procesos subjetivos investidos en ellas.¹⁶

Esta posición que toma el sujeto está condicionada por diversos factores sociales que le permiten convivir con el entorno que le rodea, desde la zona geográfica en la que se sitúa, las prácticas culturales y/o religiosas que lo han formado, hasta la clase o estatus social en el que se encuentra y el lenguaje que utiliza para comunicarse. En cada caso es particular y subjetiva la manera en que el individuo conforma su conciencia dentro de una sociedad, no se puede generalizar.

¹⁵ *idem.*

¹⁶ *idem.*

Resulta difícil entonces brindar un término que englobe en su totalidad las características y determinaciones que se refieren al concepto de la identidad ya que son diversos los factores intervienen para la creación de ese sentido de pertenencia en los seres humanos, sin embargo, se debe resaltar que finalmente es la subjetividad del ser la que resulta más importante al intentar hacer un análisis sobre el tema, es dentro de esa misma subjetividad donde se ofrece un panorama basto en el que cada individuo le da forma a sus propios valores y juicios dentro del entorno que le rodea.

La música es expresión de un pueblo, ciudad, etnia, cultura, etc., es parte de una subjetividad constante de quien la escucha pues en ella están inmersos los sentimientos e ideologías que el oyente apropia e interioriza para conformar su propia identidad. Funda además una identidad de forma colectiva que se refleja en una determinada forma de vestir, en el tiempo y dinero que se le destina al consumo de esta, una forma de socializar y entenderse con los demás miembros de una sociedad que buscan pertenecer.

Es así como el consumo musical evoca una “red de identidades”, desde diferentes formas en las que se produce ese consumo, como la individualización o generalización de la música, se establecen lazos sociales en los cuales se invierten una serie de códigos ideológicos de diferentes índoles, desde los éticos y morales hasta los políticos, se crea un colectivo de relaciones sociales.¹⁷

El ser humano permanece en una constante resignificación hacia su entorno, permite reconocer qué aspectos formarán parte de su yo y los interioriza para entender su propio sentido de pertenencia, lo reafirma con aspectos que no forman parte de sí mismo, es decir, forja su identidad a partir de las cosas que no apelan a sus creencias y sus deseos en cuanto al mundo que lo rodea.

¹⁷ Frith, Simon, *Música e identidad*, en Hall, S. & Du Gay, P, *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires, Amorrortú, 2003, pp. 181-213.

Los procesos y mecanismos que nos guían hacia la construcción de una identidad a través de la música son compartidos por diferentes grupos y en diferentes contextos, independientemente del género, estilo y época musical concretos¹⁸ en la actualidad las variaciones son diversas, cada ser percibe el hecho musical de formas distintas.

La identidad cultural creada sobre el discurso sonoro carga de significado a la música, nos enseña que ésta es el vehículo ideal para transmitir los valores propios de la cultura. Tradicionalmente nos hemos socializado a través de la música, nuestros deseos, valores, creencias e ideas comunes han encontrado un canal de expresión a través de los sonidos.¹⁹

En el discurso sonoro encontramos redes de signos, símbolos y significados que propician un cierto sentido de pertenencia, prácticas en común que estimulan la formación de identidades en los individuos de una sociedad, aunque también es cierto que la configuración de esas identidades musicales no es la misma que hace treinta o cuarenta años en nuestro país debido a los diferentes cambios socio-políticos que han emergido dentro de éste.

Hoy en día, la música debe ser entendida como una práctica comunicativa y expresiva fundamental, cercana a cualquier individuo y habitual en cualquier cultura, una práctica que, lejos de ser exclusiva de una clase social, forma parte de la vida cotidiana de todos los individuos de nuestra sociedad, en especial de los jóvenes.²⁰

¹⁸ Sara Revilla, *Música e identidad: procesos de adaptación y re-significación lejos del hogar*, https://www.researchgate.net/publication/266373753_Musica_e_Identidad_procesos_de_adaptacion_y_re-significacion_lejos_del_hogar, 10 de febrero 2018.

¹⁹ Hormigos, *Distribución...*, *op. cit.*, pp. 91-98.

²⁰ Hormigos, *La construcción...*, *et al.*, *op. cit.*, pp. 259- 270.

De esta forma las identidades que se producen alrededor de la música sientan sus bases en la experiencia propia que tiene cada oyente con las canciones y artistas que se encuentran en su repertorio, determinan el uso de su cuerpo como lenguaje de comunicación al bailar los sonidos que de ella emanan, responde a una pertenencia hacia un espacio y a una sociabilidad la cual proyecta imaginarios y narrativas culturales particulares.

La música es social, cultural e histórica. No existe música fuera de la sociedad. Por lo tanto, es posible aceptar que la música es un lenguaje social especial. Parte de su especificidad radica en que el lenguaje musical posee un particular modo de expresar un sentido retórico. Es decir, el proceso de ejecución se liga al proceso de composición y de escucha en la medida en que el ejecutante busca ser convincente.²¹

La música ha sido el medio por el cual socializamos nuestros valores, deseos e ideas, en ella el ser humano ha encontrado una forma de comunicación mediante ritmos y melodías, reconocemos nuestra existencia en determinadas canciones o pasajes musicales que ponen de por medio nuestras raíces y permiten identificar nuestra pertenencia a una cultura, nos posibilita reconocer un pasado para poder situarnos en un presente y así proyectar un futuro.²²

Cada época tiene un sonido especial en el cual se proclama de forma mayoritaria la música que apela al gusto popular de los oyentes, así como fue el jazz en los años 20, el rock & roll en los 60 o los ritmos urbanos que ganan mayor terreno en esta nueva década sin embargo, más allá de las similitudes y diferencias existentes en estos géneros, es evidente que los individuos establecerán su relación con la música a partir de las condiciones, vivencias y experiencias que los han forjado con el paso del tiempo.

²¹ Ramírez, Rogelio, *Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social*, Revista Sociológica, s.f., núm. 60, pp. 243-270.

²² Hormigos, *Distribución...*, *op. cit.*, pp. 91-98.

De igual modo, las relaciones que establecen los individuos a partir de su gusto por la música vendrán determinadas también por el contexto social que las crea. El gusto musical queda condicionado socialmente. Y es precisamente este gusto musical el que creó grupos sociales definidos en torno a una ideología concreta transmitida a través del medio musical.²³

Es importante resaltar que la música contemporánea ya no se analiza bajo los mismos estándares de otras épocas, la música ya no corresponde a clases o estratos sociales como en su momento llegó a ser la la música clásica, culta, que nació en Europa central condicionada por el desarrollo de la burguesía y cuyo ideal se forja en el romanticismo.²⁴

Estas corrientes y movimientos culturales ya no se han acentuado con notoriedad como en otras épocas de la historia, hoy en día convergen en armonía las distintas tendencias que siguen a los jóvenes del mundo, las ideologías y formas de vestir entre ellos pone en evidencia la gran variedad de dimensiones que ha logrado alcanzar la música en la actualidad.

La música de la postmodernidad se caracteriza por un pluralismo de estilos y lenguajes tendentes a la complejización y relativización de sus contenidos. La actual variabilidad de los gustos, vinculada a la continua transición de modas provocadas por el dinamismo social y una creciente democratización de la cultura, implica una sucesión de estéticas musicales fugaces, siendo imposible hablar ya de grandes formaciones estético-culturales alrededor de la música. Podemos decir que la música creada en la actualidad no posee una conciencia estética unitaria, sino una multiplicidad (de estilos, mensajes, etc.) de conciencias estéticas fragmentadas.²⁵

²³ Hormigos, *La construcción..., et. al., op. cit.*, pp. 259- 270.

²⁴ Prado Aragonés, J. Pérez Rodríguez, A. y Galoso Camacho, Ma., *La galaxia digital. Lenguaje y cultura sin fronteras en la era de la globalización*, Valencia, Grupo Editorial Universitario, 2003, p. 205.

²⁵ Hormigos, *La construcción..., et. al., op. cit.*, pp. 259- 270.

Actualmente la música es una manifestación que está al alcance de todos independientemente del prestigio o estatus que guarde dentro de la sociedad, gracias a la tecnología la música puede encontrarse en casi todos los rincones del planeta con una gran variedad de canciones, álbumes, artistas y géneros, hoy en día es posible saber con exactitud qué corrientes musicales están de moda del otro lado del hemisferio.

Este cambio en las relaciones y los movimientos socio-culturales dentro del mundo musical supone un nuevo paradigma a raíz de la consecuencia económica en la industria sonora, la música se aleja del proceso comunicativo y de interacción entre los individuos de una sociedad y se acerca cada vez más al consumo indiscriminado de canciones que presentan ritmos repetitivos y letras simples que en algunos casos carecen de valor literario.

1.3 De los colectivos juveniles

Es en los primeros años de vida donde el ser humano está inmerso en un mar de conocimientos; aprende a gatear y dar sus primeros pasos, recita sus primeras palabras y se comunica con su entorno, es esta etapa en la cual forma las primeras ideas y concepciones sobre lo que en el futuro será parte de su ser, cuáles serán sus aspiraciones y qué lugar tomará dentro de la sociedad.

[...] el sentido musical comienza su desarrollo en el periodo de gestación del ser humano, ya que el feto se encuentra siempre inmerso en una sonósfera: los latidos del corazón, la respiración y la voz de la madre, los ruidos intestinales, pulmonares, entre otros; forman parte del ambiente sonoro del útero materno, ambiente del feto. Luego de nacer, dicho sentido se va desarrollando continuamente a través del tiempo [...]²⁶

Sin embargo la adolescencia representa la etapa más importante en la formación del ser, es aquí donde se está expuesto a nuevas formas de pensar, a diferentes tipos de ideas y conceptos que configuran la conciencia, el adolescente no se define como un adulto pues las experiencias y el conocimiento aún están en desarrollo y tampoco se define como un infante pues la madurez de sus pensamientos e ideologías va más allá de las vivencias de la edad temprana.

Es esta etapa en la que se destaca la configuración de nuestra propia identidad, de la toma de decisiones respecto a determinados hechos, así como a la adquisición de ciertos niveles de madurez emocional e intelectual, los cuales determinarán en gran medida las posturas en los diferentes ámbitos políticos, sociales y culturales.

²⁶ Rolando Ángel, *La música y su rol en la formación del ser humano*, <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/122098>, 5 de marzo de 2019.

Adolescencia y juventud son etapas del ciclo vital en las que aumenta la necesidad de adscripción, identificación y de sentirse parte del grupo; a menudo con rebeldía, cuestionando las normas del mundo adulto. Su protagonismo social ha ido en aumento desde principios del siglo XX; con la disminución de la descendencia por familia, el incremento de los derechos civiles de los menores y la aparición de un mercado de consumo específico.²⁷

De acuerdo con la Ley del Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve) la palabra *juventud* es un concepto que permite identificar el periodo de vida de una persona que se ubica entre la infancia y la adultez entre los 12 a los 29 años, sin embargo el concepto engloba un conjunto de características heterogéneas que resultan imposibles de enlistar ya que las juventudes pueden ser diferentes según las regiones e incluso dentro de un mismo país, por diversos factores: hereditarios, clima local, estado de salud, alimentación, clase social y cultural, nivel de actividad física o intelectual, cultura, educación, entre otros.²⁸

En esta etapa los jóvenes están expuestos a un mar de ideas que ayudan a nutrir su consciencia, las expresiones artísticas y culturales toman un nuevo sentido dentro de su vida, es aquí cuando se empieza a discernir entre aquello que fue inculcado por tradición o costumbre y aquello que se adquiere por gusto propio a raíz de su interacción con los diferentes medios que le ha proporcionado la sociedad.

Con la llegada de los nuevos modelos musicales destinados a la juventud se empezó a considerar con mayor relevancia la forma en que éstos influyen en el momento de la creación de una identidad. Sin duda alguna hay demás elementos que ayudan a esta manifestación como lo son el cine, el arte, la literatura, entre otros, sin embargo, la música toma un papel relevante en este proceso pues está al alcance de la gran mayoría, sobre todo hoy en día con las nuevas tecnologías.

²⁷ Rubio, *et. al.*, *op. cit.*, 197-213.

²⁸ ¿Qué es ser joven?, <https://www.gob.mx/imjuve/articulos/que-es-ser-joven?idiom=es>, 25 de febrero de 2019.

El estudio de las identidades juveniles emprende el conocimiento de las formas de expresión y cohesión dentro de los grupos en una sociedad, busca entender el cambio cultural que se avecina y las formas en que se relacionan y comunican a través de los medios que están a su alcance. Hoy en día podemos hablar de las redes sociales del mundo digital en las cuales los usuarios buscan la forma de externar al mundo cómo son partícipes de ciertas actividades de un grupo determinado.

En general, las subculturas caracterizan a una parte minoritaria de la juventud, sin embargo, en lo que nos concierne son extremadamente representativas, porque son muestra, por un lado, del nuevo espíritu hedonista alejado de la ética calvinista del trabajo y, en consecuencia, constituyen un modelo paradigmático en el que estudiar el cambio cultural; y, por otro lado, porque devienen constructoras de estilo, no sólo absorben las mercancías del mercado juvenil, sino que se re-apropian de ellas creativamente y generan nuevos estilos subculturales, a su vez reutilizados por el mercado de consumo juvenil.²⁹

La música es un elemento fundamental para la configuración de la identidad de las subculturas juveniles, dentro de ella se rigen ciertos patrones que corresponden a las ideologías, emociones y sentimientos de los oyentes de un determinado género musical y una postura desde el ámbito social los cuales son compartidos por un grupo delimitado de personas.

Desde ella las similitudes y diferencias convergen para crear un marco de estudio que permite entender por qué ciertos estilos o géneros musicales no empatan con las ideologías o creencias de un grupo determinado de la población, por ejemplo, la razón por la cual las ideas políticas de izquierda sean un recurrente dentro de la subcultura del *punk* o por qué la tristeza sea imperante entre los *emo*.

²⁹ Hormigos, *La construcción..., et. al., op. cit.*, pp. 259- 270.

Las subculturas ejercen de entidades creativas en un doble sentido: configuran los nichos de mercado a los que ajusta el mercado musical y son la «cantera» de estilos de la cual abrevan las compañías discográficas. [...] Una «*tribu urbana*» es un estilo subcultural, encarnado por diversos grupos de jóvenes en momentos sociales e históricos diversos. El estilo, como otras formas culturales, es algo fluido, siempre cambiante. Resulta, por tanto, difícil establecer límites que separen unas subculturas de otras y que delimiten estrechamente el estilo musical correspondiente a dicha subcultura. Las subculturas y contraculturas tradicionalmente han construido la identidad de sus componentes en oposición o al menos frente a la cultura dominante. La música ha sido un arma en esta pugna por la identidad.³⁰

Las subculturas se encuentran arraigadas en la individualización de la sociedad postindustrial, buscan ser idénticos y diferentes a lo ya establecido para encontrar una pertenencia específica a un grupo determinado de personas. En el momento en que una subcultura se enfrenta de forma radical a la sociedad a la que pertenece se conoce como contracultura.³¹

Por ejemplo, en la década de los 60 existió una oposición hacia la música *pop* (abreviación de *popular*) que ganó mayor terreno ante la oleada de estilos y sonidos musicales que reflejaban la psicodelia y el modo de vida *hippie* y desfachatado que se encontraba lejos de las estaciones de radio más importantes en el país.

Canciones que difícilmente hubieran encontrado una voz en estos medios de comunicación debido a sus largas duraciones, que oscilan entre los 5 y 10 minutos, al contrario de la música *pop* cuya extensión rondaba los 3 minutos en promedio e incluía temas amorosos desde un punto de vista más romántico y poético a través de estructuras musicales que resultaban más agradables al oído.

³⁰ *idem.*

³¹ Roszak, Theodore, *El nacimiento de una contracultura*, Barcelona, Editorial Kairós, 1970, p. 16.

Hoy resulta complicado identificar una cultura dominante pues la globalización de las ideas, contribuida en gran parte por los avances tecnológicos, permite entender nuestra sociedad como una amalgama en donde las culturas imperantes son diversas, gracias a esta internacionalización de estilos podemos encontrar géneros musicales que se mezclan para dar paso a nuevas formas de expresión.

El terreno musical se observa cada vez más apropiado por los ritmos urbanos como el reggaetón, el trap, hip-hop, entre otros, así como el auge de la música electrónica que ha tratado por muchos años apropiarse de este dominio musical, al igual que la reencarnación de la música *ochentera* llena de sintetizadores y percusiones digitales que se encuentra en el repertorio musical juvenil.

Las subculturas cuando se expresan en un territorio específico dan lugar a la tribu urbana, que se constituye en unidad étnica con una homogeneidad cultural, lingüística, de valores, residencia y en su sentimiento de pertenencia. Haciéndose esencial para sus miembros los símbolos comunes, ciertas tradiciones y ritos. Es decir, de forma comparable a las tribus primitivas, y que conocen su mayor desarrollo entre la juventud urbana de la sociedad de consumo seculariza al amparo de la necesidades humanas básicas de seguridad, pertenencia, reconocimiento y nuevos referentes válidos, que ya no brinda de forma unívoca la tradición, ni la comunidad.³²

La forma en que estas subculturas juveniles o tribus urbanas se construyen responde a diferentes estímulos que dan valor a su constante evolución, desde los colores y el tipo de vestimenta que emplean, los cortes de cabello y el maquillaje o caracterización que algunos desean portar, hasta la forma en cómo se comunican entre sí y los lugares que frecuentan para su recreación.

³² Rubio, *et. al., op. cit.*, pp. 197-213.

Diferentes factores son considerados al momento de estudiar a las organizaciones juveniles, sin embargo la constante que ha sido un punto de partida para el entendimiento de éstas es la música. El contexto histórico de las corrientes musicales siempre ha sentado sus bases para los pensamientos ideológicos, ya se mencionaba cómo la música psicodélica de los años 60 buscaba transmitir sentimientos de amor y paz en un momento en el cual las guerras habían tomado dominio alrededor del mundo como Vietnam o la Guerra Fría.

Cada subcultura comparte una ideología, como forma de entender la sociedad y sus conflictos, dando base a su existencia y como filosofía de vida: una posición frente a la diferencia sexual, económica o étnica, qué se piensa de las autoridades, qué valor le dan a la salud, la participación sociopolítica, la violencia, las relaciones sexuales, etc. Sobre todo a partir de finales de los años cincuenta, la música, y más concretamente el rock and roll en sus distintos subgéneros e ídolos, pasan a ser un fenómeno de masas que refuerza dichas “filosofías” de tribu, e influyen poderosamente en la opinión pública juvenil.³³

Estas subculturas emergieron como metáfora de un cambio social en donde la adaptación a la realidad histórica del momento generaba un conflicto con los ideales de los miembros de grupos juveniles, buscaban la manera de cubrir ciertas necesidades juveniles como la identificación, reafirmación y apropiación de nuevos estilos de vida a través de la cultura y los medios de comunicación que estaban a su alcance, facilitaron patrones de comportamiento y participación activa en los cambios sociales de la época.

En ellas los ídolos mediáticos han servido como un modelo de referencia ineludible para la creación de nuevos estilos y creencias alternativas del grupo adulto, tal como lo fue Kurt Cobain en la década de los 90 con la llegada del estilo *grunge* que proporcionaba un aspecto ermitaño para dejar de lado la apariencia personal y centrarse en el mensaje que podían compartirle a la humanidad.

³³ *idem.*

La aparición de este ícono se presentó en una etapa donde la esperanza hacia los jóvenes se reducía cada vez más con la llegada del nuevo milenio, surgió como un grito desesperado que contrarrestaba, con guitarrazos estruendosos y ritmos explosivos, a la popularidad de artistas melosos y pegajosos de fácil escucha establecida en los últimos suspiros del siglo XX.

Los músicos pasan de ser artistas a constituirse, en muchos casos, en íconos culturales con ayuda de la aplicación paulatina de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías a la creación y difusión musical. De ahí que fuera Elvis Presley el primer ídolo musical que convirtiese el rock and roll –Rockabilly– en un fenómeno multitudinario, el que protagonizó en 1973 el primer concierto teletransmitido a nivel mundial vía satélite visto por más de mil millones de personas (Aloha from Hawaii).³⁴

La llegada del rock and roll impuso una revolución cultural en el momento, se trataba de actitudes críticas e inconformistas hacia el orden establecido que a partir de los años sesenta entrañó un proceso evolutivo parejo al de institucionalización de “la juventud”.³⁵ A partir de los años sesenta se institucionalizó el término *juventud* frente al de *adolescencia*, se supera las connotaciones peyorativas asociadas a la idea de jóvenes descarriados, emotivos, salvajes y peligrosos para la sociedad.³⁶

Los íconos juveniles guardan entonces un lugar importante en la forma en que se configuran dichas identidades, desde el atuendo que visten y los accesorios que usan, las actitudes y posturas que toman frente al mundo, las decisiones políticas y en algunas ocasiones los acercamientos religiosos que conciben en ese mundo que han creado con la ayuda de los medios de comunicación.

³⁴ *idem*.

³⁵ Frith, Simon, *Efectos de sonido*, Nueva York, Panteón, 1981, p. 39.

³⁶ Rubio, *et. al.*, *op. cit.*, pp. 197-213.

Es así como a lo largo del tiempo hemos concebido distintas tribus urbanas dentro del imaginario social, desde aquellas que se mantienen políticamente activas y buscan ser una voz de la oposición a través de los mensajes descifrados en la música que los envuelve, hasta aquellas que se alejan de la industria comercial para encontrar una pertenencia entre las sombras de lo desconocido.

Desde hace más de 60 años se ha documentado la existencia de las tribus urbanas en México, desde los rebeldes sin causa, los cholos en el norte del país y la existencia de los hippies diez o veinte años después.³⁷ A mediados de la primera década del siglo XXI el país se sumergió en un mar de ideas con la llegada de los nuevos modelos de comunicación, la evolución de estas subculturas juveniles dio paso a la creación de canales comunicativos que permitieron la evolución y configuración de tribus urbanas que marcaron una evolución social.

Tribus como los **emo** tomaron por sorpresa al mundo con actitudes y estados emocionales llenos de melancolía e infelicidad. El término 'emo' representa una abreviatura de 'emotive' en inglés que significa afectivo o emotivo, el tipo de sensaciones al cual se remite este grupo de jóvenes los cuáles permanecen en continuo contacto con sus emociones y sentimientos.³⁸

El estilo de vida que adoptaron los jóvenes pertenecientes a esta subcultura era un cierto descontento con el mundo que los hacía fantasear con el suicidio, este deseo se reflejaba en cortadas con navajas y objetos punzocortantes en diferentes partes de su cuerpo (sobre todo en los brazos) como símbolo de esa desolación y abandonamiento que percibían del mundo adulto.

³⁷ Delgado, Lola y Lozano, Daniel, *Tribus Urbanas*, Ciudad de México, *La esfera de los libros*, 2010, p. 20.

³⁸ Pulido, Paloma, *Las tribus urbanas como una identidad que adoptan los adolescentes de la Escuela Secundaria Técnica N. 30*, Tesis para obtener el título de Licenciada en Trabajo Social, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014, pp. 34-59.

La constante depresión en la que viven estos entes se debe a la denigración del mundo, ese mundo el cual les parece cada vez más miserable por no encontrar un significado a su existencia. Cuestionan la realidad desde sus experiencias sombrías y tristes que les permiten ser antisociales, no desean establecer un contacto con su entorno pues no creen que valga la pena conocer los ideales de las demás personas.

En cuanto a la música que escuchan se caracteriza la carga emocional en el contenido literario de las canciones, tratan temas como el dolor, el desamor desde un punto de vista nostálgico y el odio como núcleo de las relaciones sociales. Música sombría que se refleja también en la vestimenta de algunos miembros de este conjunto, colores oscuros que buscaban mostrar una postura neutral ante la vida, un luto espiritual que los acompaña a donde quiera que vayan.

No debe confundirse con los **góticos** o *darks* emergidos en los años 90, subcultura que remite al Romanticismo del siglo XIX, en donde la palabra se usó para llamar así a la corriente artística en la cual el estilo arquitectónico mostraba elementos más confusos y desordenados para enfatizar la fragilidad estructural. Este movimiento artístico se caracterizaba por expresar estados de ánimo y sentimientos profundos que evitan la claridad en todo momento.³⁹

Los integrantes de esta subcultura deciden deliberadamente usar maquillaje blanco en la cara para remarcar las ojeras y expresar así la oscuridad en que vive la sociedad, toman influencia del glamour además de resaltar características andróginas. El *gótico* gira en torno a la pérdida de fe en la humanidad. La inconformidad se manifiesta con el distanciamiento pues no tratan de cambiar a la sociedad sino de darle la espalda.⁴⁰

³⁹ *idem.*

⁴⁰ Primavera Téllez, *Los oscuros góticos*, http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_7331000/7331141.stm, 1 de marzo de 2019.

La música que permea en los círculos sociales de esta subcultura responde a diferentes estímulos que en muchas ocasiones resulta en cantos operísticos mezclados con metal, o sus derivados, que en ocasiones remite a la época medieval a la cual muchos de sus miembros encuentran como inspiración para su componer su vestimenta y formar el estilo de vida que deciden llevar.

Otra de las subculturas que ha tenido diferentes evoluciones a lo largo de los años es la de los **punks**, la cual nació en la década de los 70. El *punk* se entiende como un término de connotaciones negativas el cual se puede traducir como algo sucio e inservible, sentimiento que permea dentro de este grupo, los pertenecientes a él se sienten rechazados por la sociedad y bajo ningún estándar pretenden ser aceptados o reconocidos por ésta.

La ideología que existe en esta subcultura es la provocación, la rebeldía y la lucha en contra de la sociedad dominante, buscan la forma de oponerse ante el régimen y las normas dictadas por la sociedad, se asocian al anarquismo, el antimilitarismo y el antifascismo. La falta de control y la violencia son una constante dentro de este grupo, pues buscan oponerse al sistema.

Un claro ejemplo de esto es “Anarchy In the UK”, de los Sex Pistols, una canción que reivindica la anarquía en el Reino Unido, una música que se caracteriza por un sonido crudo y de gran velocidad que resulta en la corta duración de las canciones. Buscan transmitir esa desesperación que tienen hacia su entorno a través del sonido sucio y violento de sus canciones, se refleja en las formas en que los individuos bailan este estilo pues en ocasiones se expresa con golpes, codazos y patadas que siguen el ritmo de la música de forma agresiva.⁴¹

⁴¹ *Tribus Urbanas: Los Punks*

<https://www.cibercorresponsales.org/perfiles/punkis-a/blogs/tribus-urbanas-los-punks>, 1 de marzo de 2019.

Esta rebeldía ante el sistema se traduce también en la vestimenta que emplean algunos de ellos, en ocasiones las prendas que portan son producto de esa lucha contra la comercialización de los objetos pues ellos mismos confeccionan sus diseños, en la mayoría de los casos los acompañan las botas industriales de gran calibre, que suelen caracterizar a la clase obrera, y peinados extravagantes que crean a partir de compuestos entre gel y pegamento.

La oferta cultural que se ofrece a los jóvenes hoy en día es muy variada en cuanto a estilos, géneros y ritmos musicales, en su mayoría los roles que ayudan a la creación y configuración de una identidad provienen de diferentes partes del mundo, desde Inglaterra y Estados Unidos como principales creadores de contenido musical para este proceso, gran parte de ello se debe al poder político, económico y cultural que han logrado consolidar durante décadas.

Sin embargo, en los últimos años se ha observado una revolución cultural en América Latina con la llegada del reggaetón, un género musical popular sobre todo en los países caribeños, resultado de la fusión entre el jamaiquino con el hip-hop norteamericano. Tuvo un primer brote en el Panamá de los años setenta para después definirse plenamente en Puerto Rico a principios de los noventa.⁴²

Dentro de este género musical se han marcado diferentes posturas en cuanto al tema de estudio, algunos lo comparan con la lambada de los años 70 debido a las connotaciones sexuales en la forma en que se baila esta música. En México tuvo una primera oleada a finales de la primera década del siglo XXI, llegó a ser escuchado en cualquier tipo de fiestas clandestinas y lugares de entretenimiento en la ciudad.

⁴² *¿Quién inventó el reguetón?*, <https://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/quien-invento-el-regueton-431474876554>, 1 de marzo de 2019.

En esta primera oleada que llegó a nuestro país se gestó una nueva subcultura que se hacía llamar **chacas**, un colectivo juvenil que tenía un problema de exclusión e incluso de discriminación por su forma de vestir, las creencias religiosas que manifestaba y la música que escuchaban, misma que les da nombre.⁴³

Esta tribu urbana se caracterizaba por vestir ropa con marcas apócrifas o camisetas sin manga, cejas cuidadosamente depiladas en el caso de los hombres y un exceso de maquillaje en el rostro de las mujeres. Independientemente de la vestimenta que portaban, a los seguidores de este género musical se les asociaba con las creencias religiosas católicas, especialmente hacia San Judas Tadeo, el patrón de las causas desesperadas.

Ganaron atención y condena social pues en su momento se les atribuyeron desmanes en las estaciones del metro donde se congregaban los combos —equivalentes a crews o pandillas— para dirigirse a las tardeadas que organizaban.⁴⁴ Se les relacionaba con los solventes activos como thinner, pvc, entre otras, pues eran usadas como drogas recreativas en los lugares donde convergían estos grupos sociales.

Es interesante detenernos un momento a analizar la evolución de esta tribu urbana en específico, ya que cerca del final de esta segunda década del siglo XXI el género musical ha tenido una nueva oleada en la cual los representantes son nombres diferentes que, a pesar del tiempo, mantienen las mismas bases rítmicas que se crearon en un inicio, sin embargo, hoy el género posee diferentes elementos que han ayudado a visibilizar al reggaetón como música que ya no es específica de un colectivo juvenil en particular.

⁴³ *Chacas, tribu urbana que baila reguetón*, http://www.zocalo.com.mx/new_site/articulo/chacas-tribu-urbana-que-baila-regueton, 1 de marzo de 2019.

⁴⁴ *'Chakas': ámalos, ódialos o comprendelos*, <https://www.chilango.com/ciudad/chakas-amalos-odialos-o-comprendelos/>, 1 de marzo de 2019.

Este análisis permite dar seguimiento a la evolución del género pues con cada día que transcurre gana más seguidores, algunos de los cuales pertenecían a algunas de las otras tribus ya mencionadas con anterioridad. En la actualidad estos ritmos urbanos ahora han sido apropiados incluso por artistas *pop* quienes siempre buscan actualizar su sonido para poder introducirse en un mercado más amplio.

El término *chaca*, que se usaba inicialmente para referirse a los seguidores de este estilo, se ha resignificado en la actualidad donde la mayoría de las personas que conocen la palabra la asimilan de forma despectiva con alguien que se dedica a delinquir y llevar una forma de vida hasta cierto punto ilegal. Esta resignificación del término se debe a que muchos de los seguidores del género no comparten el estrato social en donde inicialmente se gestó esta tribu, barrios populares en Iztapalapa, Gustavo A. Madero y Venustiano Carranza.

La cantidad de tribus y *sub-tribus* (mezcla y variaciones entre ellas) resulta en algunos casos infinita pues también la zona geográfica determina y cambia los nombres para distinguirlas, sin embargo, la constante dentro de estos grupos es la búsqueda de los jóvenes por salir de un aislamiento físico y moral que se presenta en la sociedad en la que se desarrollan así como el déficit emocional que se manifiesta en conflictos familiares, laborales y amorosos.

Gran parte de la evolución de estas tribus urbanas se debe a la forma en que los jóvenes se han relacionado con su entorno a través de la música, con la llegada de las nuevas tecnologías cada vez es más fácil tener a la mano, y en un par de gestos táctiles, la gran variedad artística y cultural que día con día se construye alrededor del planeta.

Hace unos años nos hubiera parecido una idea descabellada tener acceso en nuestro bolsillo a cientos de miles de canciones provenientes desde Estados Unidos hasta Japón, por mencionar un ejemplo. La forma en que los jóvenes consumen música en la actualidad ha cambiado el paradigma musical, tener acceso a tanta información a través de los nuevos medios de comunicación les permite crear juicios de valor sobre el mundo que los rodea en tan sólo un instante.

El mercado no construye la identidad completamente, como tampoco la juventud crea su universo simbólico de modo autónomo. Los jóvenes negocian su identidad utilizando los materiales que encuentran en su entorno. Estos, en las sociedades avanzadas de capitalismo de mercado, se encuentran en el mercado de consumo juvenil. La música es una de estas mercancías, quizá una de las más importantes dado su potencial para construir identidades. En todo caso, la música sufre el mismo destino, siempre fluctuando entre la creatividad popular y el mercado de consumo.⁴⁵

Estas formas de consumo han creado un nuevo camino en la forma en que los jóvenes hoy en día construyen su identidad, utilizan los medios de comunicación y la publicidad para identificar su pertenencia dentro del mundo que los rodea y hacen uso indiscriminado de la información que les rodea a través de las plataformas y redes sociales que visitan cada día.

El paradigma actual que presentan los nuevos modelos comunicativos permiten entender que la manera en que nos relacionamos con la información resulta excesiva, difícilmente los tópicos que son relevantes durante un día van a lograr una trascendencia temporal a lo largo de las semanas, cada día se ponen en tela de juicio diferentes temas que van desde accidentes aéreos, revueltas e inconformismo político en algunos países, hasta los nuevos productos en venta de las marcas más importantes a nivel global.

⁴⁵ Hormigos, *La construcción...*, et. al., op. cit., pp. 259- 270.

Dentro del mundo musical sucede algo similar, con la llegada de nuevas expresiones artísticas semana a semana resulta difícil sostener por un tiempo considerable la trascendencia del nuevo álbum de aquél artista con la mayor cantidad de seguidores en las redes sociales. La fugacidad con la que se vive actualmente no permite que el hecho musical pueda tener un tiempo de vida más allá de un par de meses, incluso tan solo semanas.

Esta mundialización de la música ha generado un lenguaje globalizado encaminado a igualar las formas de interpretar, la temática de las canciones, así como las formas de crear música. Esta globalización también está contribuyendo a la desaparición de las culturas musicales nacionales contribuyendo a la disolución del lugar, no hay lugar para el lugar en la música contemporánea ya que, como venimos señalando, se ha producido una impregnación musical de carácter comercial, provocada por el consumo y la manipulación del gusto generada por la industria discográfica.⁴⁶

⁴⁶ Cabello, Antonio, *El sonido de la cultura postmoderna. Una aproximación desde la sociología*, Saberes. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales, s.f., vol. 2, p. 10.

Capítulo II

Tecnología para el desarrollo musical

Durante los últimos cincuenta años nuestra sociedad ha estado inmersa en una infinidad de cambios científicos y tecnológicos que han modificado la forma en que percibimos nuestro entorno. Los medios de transporte, comunicación y producción que empleamos para satisfacer nuestras necesidades han ayudado a constituir un nuevo significado a los ideales y conceptos que día con día se construyen.

En el siguiente capítulo se abordarán los cambios que ha manifestado la industria musical y el impacto que ha tenido en los oyentes desde sus inicios, en donde la música era concebida como un símbolo de estatus social, hasta nuestros días en donde el consumo del hecho musical se manifiesta a gran escala a través de las diferentes plataformas digitales que se han creado en los últimos veinte años.

Dentro de esta evolución, que ha surgido como parte de una constante búsqueda para expresarnos y manifestarnos, nos encontramos con las diferentes etapas en las que el ser humano ha encontrado un vehículo para movilizar su discurso sonoro, un vehículo que ha tomado muchas caras en un breve lapso de tiempo el cual ha significado una sociabilización musical responsable de la constante comunicación dinámica entre los jóvenes del nuevo milenio.

La tecnología se ha encargado de dar pauta a los cambios más importantes para el desarrollo musical, desde los instrumentos confeccionados para crear ritmos y melodías, hasta las formas y métodos de distribución que permiten mantener un contacto entre el producto final y los destinatarios. En la actualidad la innovación de los procesos tecnológicos ha creado una nueva dirección del discurso sonoro gracias a la gran oferta que existe.

La transformación sonora de la música europea occidental tuvo en la tecnología uno de sus pilares básicos ya que fue la imprenta de Gutenberg, junto con las nuevas técnicas que aparecen a finales de la Edad Media en la construcción de instrumentos de cuerda, los principales hechos que determinan la evolución del discurso sonoro occidental. Posteriormente, con la organización gremial de los músicos en el siglo XVIII, se proporciona la aparición de trabajos fijos en las orquestas de las cortes y municipios quedando la actividad del músico reconocida socialmente.⁴⁷

Antes de tener un registro histórico sobre la distribución de música grabada nos damos cuenta de las pocas o nulas opciones que poseía el ser humano para acceder al discurso musical. Era un hecho inalcanzable para gran parte del público, funcionaba más bien como un distintivo entre personas de las altas clases sociales que realizaban reuniones específicas para escuchar a los prodigiosos del momento interpretar sus obras más célebres que hoy por hoy aún permanecen dentro del repertorio de músicos talentosos y estudiosos del arte.

La forma de acceder al discurso sonoro, en aquel momento, resultaba bastante limitada ya que sólo se podía escuchar a los músicos en un acto en vivo interpretar sus composiciones, o las composiciones de otros autores que mantenían gran auge durante la época. Tuvieron que pasar cientos de años para finalmente crear un registro sonoro con la finalidad de poder ser transmitido y reproducido.

⁴⁷ Weber, Max, *Los fundamentos racionales y sociológicos de la música*, en *Economía y sociedad*, Madrid, FCE, 1993, pp. 1118–1183 en Hormigos, Jaime. *La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina*, Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, s.f., núm., 14, pp. 75-84.

La primera grabación que se tiene documentada fue hecha en abril de 1860 por el inventor del fonógrafo Edouard-Léon Scott de Martinville. En este registro, realizado al menos diecisiete años antes del surgimiento del fonógrafo de Edison, se puede escuchar una voz femenina recitar un fragmento de *Au clair de la lune*, una melodía francesa anónima del siglo XVII.⁴⁸

Con la llegada del fonógrafo a finales de la década de 1870 la sociabilización de la música emprendió un viaje en el cual pretendía llegar a los oídos de todo el mundo, sin embargo, gracias al elevado precio que requería la adquisición de este aparato, eran muy pocas las personas que podían tener un acercamiento a él, aún resultaba un discurso limitado para un grupo social.

A raíz de esto la Pacific Phonograph Company creó en 1885 la patente para diseñar una máquina fonógrafa que fuese accionada con monedas, es así como las personas depositaban una mínima cantidad para poder disfrutar entre canciones, gags cómicos y lecturas dramatizadas.⁴⁹ El discurso sonoro surge ahora como una forma de interacción entre los individuos de la sociedad, las personas se reúnen en lugares específicos para poder disfrutar de las diferentes interpretaciones auditivas y se relacionan entre sí para configurar grupos sociales.

⁴⁸ Jody Rosen, *Researchers Play Tune Recorded Before Edison*, <https://www.nytimes.com/2008/03/27/arts/27soun.html>, 13 de marzo de 2019.

⁴⁹ *North American Phonograph Company*, <https://www.loc.gov/programs/national-recording-preservation-plan/tools-and-resources/history/north-american-phonograph-company/>, 13 de marzo de 2019.

Diez años después de la invención del fonógrafo llegaría el alemán Emile Berliner con un invento que revolucionó la industria sonora por al menos 70 años. El gramófono, cuya funcionalidad era muy similar a la del fonógrafo, guardaba el registro auditivo sobre un disco en lugar de hacerlo sobre un cilindro, este cambio sencillo en los materiales transformó radicalmente la producción gracias a que resultaba más barato de fabricar, tenía un mecanismo de uso más sencillo y podía producir muchísimas copias a partir de una sola grabación original.⁵⁰

Fue aquí donde comenzó a gestarse la industria discográfica como la conocemos actualmente a pesar de aquellos escépticos que consideraban al gramófono como un juguete sin prestigio. Se logró demostrar que representaba una gran oportunidad para los artistas, quienes entraban en los catálogos exclusivos de las compañías disqueras para poder promocionar sus obras musicales y distribuir las en el mercado norteamericano a través de los sencillos que se promocionaban en la época.

Este avance significó una evolución a gran escala para la distribución musical, el discurso sonoro cada vez era más accesible para las personas, debido al bajo costo que implicaba la producción suponía una mayor adquisición entre los más curiosos y ganó mayor terreno en el mercado comercial lo cual daría paso a la siguiente transformación del hecho musical.

Con la fundación de la Radio Corporation of America en los años 20 comenzaría una nueva etapa en la sociabilización de la música, la radio se transforma en un fenómeno de masas e introduce un nuevo dinamismo en la manera en que las personas interactúan con el hecho musical, la radiodifusión toma un papel importante en la evolución sonora ya que se convierte en el principal medio a través del cual las personas se relacionan con los artistas y canciones de la industria discográfica.

⁵⁰ *Emile Berliner, inventor del gramófono*, <https://musicaenmexico.com.mx/emile-berliner-inventor-del-gramofono/>, 13 de marzo de 2019.

Comienzan a crearse nuevos espacios para la música, las personas convergen en torno a la radio para disfrutar las presentaciones de sus artistas favoritos y la explosión cultural toma un nuevo camino debido a que la radiodifusión se presenta como el vehículo ideal para introducir nuevos géneros y artistas musicales que empiezan a dominar al mundo durante la época, los jóvenes comienzan a manifestar sus posturas e ideales gracias a la gran cantidad de canciones que se presentan en las programaciones radiales.

A mediados del siglo XX la producción de discos toma un nuevo rumbo con la llegada del disco de larga duración o LP el cual otorgaba una mayor capacidad de almacenamiento a bajo costo. En un principio este nuevo formato estaba orientado a la distribución de música clásica y jazz, ya que brindaba la oportunidad de interpretar piezas musicales de larga duración establecidas dentro de estos géneros, así los formatos de corta duración se emplearon para dar soporte a la música popular a través de los sencillos que eran emitidos en estaciones de radio y en rockolas.

Las rockolas llegaron a México durante los años 30, la funcionalidad seguía el mismo principio de las máquinas fonográficas creadas cincuenta años atrás las cuales eran accionadas con monedas para reproducir un discurso sonoro, sin embargo, es a partir de 1954 que comienzan a dominar el mercado musical para finalmente llegar a más oídos con la venta de la rockola Wurlitzer, considerada en su momento como la rockola más famosa en todo el mundo.⁵¹

⁵¹ *La historia de la rockola en México*, <https://www.lacronica.com/EdicionEnLinea/Notas/LoCurioso/21012014/799420-La-historia-de-la-rockola-en-Mexico.html>, 13 de marzo de 2019.

Este aparato configuró, en gran parte, la manera en que los jóvenes se ponían en contacto con el hecho musical, acudían a restaurantes o fuentes de sodas para disfrutar de los más grandes artistas de la época en compañía de amigos o familia, se empezaba a crear una colectividad juvenil gracias a que los espacios para disfrutar estos aparatos se enfocaban principalmente hacia las juventudes.

La evolución del disco, ahora de vinil, emprendió un consumo que permitía a los jóvenes estar en contacto con la música de forma constante debido a los bajos precios y la gran accesibilidad que esto suponía, a comparación de los primeros discos y cilindros. Cada vez era más común coleccionarlos para la creación de una biblioteca musical en donde pudiera guardarse un fragmento de los recuerdos y vivencias que suponía la música grabada.

El cambio influyó también en la forma en que los artistas producían sus obras, ahora disponían de una mayor cantidad de tiempo para desarrollar sus creaciones musicales, ya no era necesario que las personas consumieran un determinado número de discos o sencillos para la creación de un álbum musical, ahora en un sólo disco de vinil se podía encontrar el compilado de canciones que corresponden a este concepto como lo conocemos actualmente.

La creación de este formato ha sido considerada por muchos como una de las mejores y más fieles en la historia, el sonido registrado en él es de muy alta calidad y la durabilidad de los discos puede trascender durante décadas, sin embargo, su relevancia en el siglo pasado comenzó a desvanecerse con el surgimiento de los formatos cada vez más portátiles.

En 1963 la compañía Philips decide liberar la patente del cassette compacto, un invento que significaría la evolución tecnológica más representativa en la industria musical, este formato permitía transportar música de forma muy sencilla además de disponer de mayor almacenamiento para el compilado de canciones ya que contaba hasta con 45 minutos en cada cara.

El éxito de este formato se debió principalmente al uso de cintas magnéticas, había encontrado una mejora en el sonido de sus formatos antecesores y la portabilidad, sumada al bajo costo, representaban un nuevo dominante en la industria, la música se encontraba realmente al alcance de todos aquellos que así lo desearan gracias a la facilidad con la cual se podía acceder a los cassettes.

La disminución significativa en el tamaño del cassette respecto a los discos de vinil propició la creación de reproductores portátiles como las radiograbadoras, en donde los oyentes transportaban sus canciones y anunciaban su llegada a cualquier lugar donde viajaban debido a las potentes bocinas que se incluían en ellas, incluso los automóviles de la época presentaban sus modelos más nuevos y hacían énfasis en el reproductor que incluía, cada vez era más frecuente hacer de la música un objeto que acompañara a su escucha a donde quiera que éste acudía.

Poco más de quince años después de la creación de los cassettes, Sony lanzó el Walkman TPS-L2 un dispositivo capaz de reproducir música sin necesidad de estar conectado a una corriente eléctrica, como otros reproductores de su época. Masaru Ibuka, co-fundador de la compañía, realizaba viajes de negocios de forma constante por lo cual buscó la forma de transportarse con la música que escuchaba mientras hacía uso de auriculares.⁵²

⁵² Meaghan Haire, *The Walkman*, <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1907884,00.html>, 13 de marzo de 2019.

Este invento creó un nuevo paradigma en la forma en que se sociabilizaba el discurso sonoro, cada vez se buscaba una personalización en los mecanismos para escuchar música, la individualización comenzaba a permear dentro de la sociedad y se alejaba cada vez más de la forma en que la juventud interactuó años atrás con la existencia de los formatos predecesores, en el olvido quedarían aquellos días donde los jóvenes se reunían en restaurantes o lugares específicos para disfrutar de sus artistas favoritos.

Con la llegada del Compact Disc en 1982 el panorama no sería tan distinto pues la comercialización y distribución musical imitaba el modelo implementado por el formato anterior, en cambio, brindaría acceso a un público cada vez más grande pues la portabilidad, bajo costo y mayor calidad que ofrecía el CD lo convirtió al instante en un estándar para la publicación de música durante décadas.

La velocidad con la cual el CD tomó por sorpresa al mundo dividió opiniones, mientras algunos afirmaban que sería el formato universal del nuevo milenio debido a la facilidad que suponía su producción y distribución, otros más aseguraban que sucedería lo mismo que ha transcurrido durante toda la historia: un nuevo formato llegaría para tomar su lugar para convertirlo en un objeto obsoleto.

La facilidad con la cual se podían transmitir datos a través del Compact Disc también suponía una gran angustia dentro de la industria, algunas de las cabezas más importantes detrás de este gran aparato temían lo peor ya que la piratería comenzaba a sentar sus bases y este desarrollo tecnológico supondría el fin de la comercialización musical tal como la conocemos.

La llegada de la extensión MP3 en 1995 marcó el inicio de una nueva era para el panorama musical, formaría parte del nuevo amanecer digital que ha marcado la pauta en la portabilidad de archivos musicales del siglo XXI. La principal ventaja que suponía frente a los formatos físicos existentes en aquella época fue la disminución del tamaño de los archivos hasta en diez veces con una pérdida de la calidad casi imperceptible para el oído humano.⁵³

La popularidad que ganaron los ordenadores y computadoras en la década de los 90 originó una nueva forma de interacción entre los jóvenes, la revolución tecnológica comenzó mucho antes de la llegada del nuevo milenio y trajo consigo un mar de innovaciones que se introduciría en todos los ámbitos desde la comunicación y educación hasta el entretenimiento, surgiría lo que hoy conocemos con la red de redes, la internet.

⁵³ *Hace 16 años nació el formato MP3*, <https://www.muyinteresante.com.mx/historia/formato-mp3/>, 13 de marzo de 2019.

2.1 Viejos modelos vs. nuevos modelos

El desarrollo de nuevas tecnologías dentro de la industria musical ha modificado la manera en que consumimos música, cada vez nos alejamos más de esa experiencia colectiva que suponía interactuar con ella. La individualidad ha ganado mayor territorio en distintos ámbitos sociales, el ser humano se aleja de la interacción en un mundo que hoy en día nos permite estar aún más conectados.

Si bien es cierto que la individualización de la música había iniciado su recorrido con los *Walkmans* de Sony y evolucionó con los *Discman* (cuya funcionalidad permitía transportar formatos de CD), resultaba complicado viajar con una biblioteca musical completa ya que, a pesar del gran avance tecnológico que significó la llegada de estos dos formatos, aún era difícil realizar un viaje acompañado de cientos de cassettes y discos compactos a donde quiera que fuéramos.

“Existen otros reproductores musicales, pero nadie se ha enterado de qué va el asunto. Apple ha inventado un instrumento que te permite viajar con toda tu biblioteca musical en el bolsillo. Escuchar música nunca volverá a ser lo mismo” aseguró Steve Jobs el 23 de octubre de 2001.⁵⁴ Esta afirmación sería tan acertada que la evolución iniciada con la creación del *iPod* sería vigente hasta la época actual.

Este dispositivo permitía el almacenamiento de hasta 1,000 canciones (en su primera generación) lo cual sentaba un hecho sin precedentes, ahora podía ser posible viajar a cualquier lugar acompañado de una enorme cantidad de artistas, canciones y álbumes que formaban parte de la configuración musical de cada persona.

⁵⁴ Victor Osorio, *iPod: la revolución musical estaba en el bolsillo de Steve Jobs*, <http://www.expansion.com/directivos/2015/08/10/55c8d9a046163f13688b458c.html>, 16 de marzo de 2019.

La interfaz a través de la cual se podían introducir archivos musicales a este dispositivo promovía las capacidades de convertir un CD a MP3 y organizar una biblioteca musical de forma sencilla. *iTunes*, nombrada así por la empresa Apple, enfatizó la posibilidad de crear mezclas personalizadas para luego ser grabadas en un Compact Disc, como se hacía años atrás con los cassettes y la cultura del *mixtape* en donde los escuchas organizaban una compilación musical a partir de diferentes artistas y álbumes para finalmente ser regrabados en un nuevo cassette vacío.

Con la evolución de internet y la llegada del MP3, la industria musical comenzó a observar cómo se desarrollaba el temor que existía con la creación de este último formato, cada vez más usuarios recurrían a las descargas ilegales en el universo digital para introducir canciones en sus dispositivos. La venta de formatos físicos, como se concebía tradicionalmente, iniciaría un proceso de decaimiento del cual aún no ha logrado recuperarse.

En el primer día de 1999 surgió una revolución computacional con la llegada de *Napster*, un software que permitía intercambiar archivos musicales entre usuarios de todo el mundo el cual dio inicio a la filosofía P2P, un concepto que en informática se refiere a una red en la que los nodos cumplen la función de servidores y de clientes, esto quiere decir que cada computadora está en un plano de igualdad con las demás, es decir, existe una comunicación de tipo horizontal.⁵⁵

La idea surgió de un joven de tan solo 19 años llamado Shawn Fanning, con la ayuda de los programadores Ali Aydar y Jordan Ritter. Este programa buscaba la descentralización de la distribución musical, y terminaría por generar un impacto no sólo en la industria discográfica sino también en diversos ámbitos de la cultura, había sentado un hecho sin precedentes que no pasaría desapercibido en la parte legal.

⁵⁵ Gabriel Duarte, *Definición de P2P (Peer to peer)*, <https://www.definicionabc.com/tecnologia/p2p-peer-to-peer.php>, 18 de marzo de 2019.

Durante décadas la industria fonográfica era la única encargada de la distribución de formatos musicales, no había ningún sencillo o álbum que se gestara fuera de las disqueras y productoras, sin embargo, con la llegada de este servicio virtual se transformó radicalmente la forma en que los oyentes podían interactuar con sus canciones y con millones de personas alrededor del mundo. Simplemente dos años después de su creación ya eran más de 70 millones de usuarios activos en todo el planeta, un hecho que despertó el inicio de un ataque contra un modelo que amenazaba, a pasos agigantados, su futuro. El daño, no obstante ya estaba hecho.⁵⁶

Debido a que Napster permitía a los usuarios descargar y compartir canciones sin ninguna compensación a los propietarios de los derechos, las demandas no se hicieron esperar, la primera de ellas iniciada por el grupo *Metallica*. Durante el año 2000 el sencillo “I Disappear”, que formaba parte de la banda sonora de la película *Mission: Impossible 2*, se había filtrado en la plataforma de internet.⁵⁷ Un par de horas bastó para que cientos de miles de personas tuvieran acceso a esta canción que apenas había llegado a las estaciones de radio de Estados Unidos.

La agrupación alegaba que su música había sido secuestrada y distribuida sin su consentimiento. Un año después la corte falló a favor de la banda estadounidense y el servicio tuvo que filtrar todo el contenido de *Metallica* de la plataforma, seguido de esto una ola de músicos y disqueras se lanzó en contra de Napster para pedir que se retirara toda la música que contuviera derechos de autor. Finalmente la compañía de Fanning entró en bancarrota y fue obligada a interrumpir operaciones, un servicio que duró poco más de dos años logró dar un duro golpe a la industria musical del cual no volvería a levantarse.

⁵⁶ *Qué ha quedado de la cultura Napster en el internet y la sociedad de hoy*, <https://www.xataka.com/aplicaciones/que-ha-que-dado-de-la-cultura-napster-en-el-internet-y-la-sociedad-de-hoy>, 18 de marzo de 2019.

⁵⁷ *Hoy hace quince años, Metallica demandó a Napster*, <https://www.fayerwayer.com/2015/04/hoy-hace-quince-anos-metallica-demando-a-napster/>, 18 de marzo de 2019.

Se habían sentado las bases para lo que se avecinaba, en el momento en que Napster había desaparecido de los ordenadores ya se alistaban en camino otro tipo de plataformas con el mismo funcionamiento, era una especie de Hidra de Lerna en donde cada vez que un servicio era llevado a juicio y obligado a cesar sus operaciones, aparecían otros que ocupaban su lugar bajo el mismo esquema.

La industria musical buscaba la forma de adentrarse al nuevo mundo virtual que surgía, trataba de frenar la piratería y la evasión de usuarios que eran cada vez más astutos para obtener archivos musicales sin la retribución monetaria hacia los derechos de los creadores y distribuidores de música.

Hubo, ciertamente, algún débil intento por parte de los sellos discográficos más poderosos, pero el criterio fundamental para el desarrollo de estos servicios era que de ningún modo pusieran en peligro las fuentes de ingresos existentes y que en lugar de ello se limitaran a ser un medio de recaudar algún ingreso extra para las discográficas. Las compañías más grandes al menos lograron uno de sus objetivos, a saber, que los nuevos servicios no compitieran con las ventas de productos físicos existentes.⁵⁸

Una de las primeras compañías que logró crear un servicio de ventas *online* que pudiera ser rentable y exitoso fue, una vez más, Apple Computer. En 2003, tan sólo dos años después de la creación del *iPod*, la compañía de Steve Jobs lanzó la *iTunes Music Store*, una tienda digital en donde los usuarios podrían comprar y descargar música de forma legal. Se había creado un nuevo esquema en donde ya no era necesaria la adquisición de un álbum en su totalidad, pues gran parte de la piratería y descargas ilegales suponía que muchos oyentes no querían comprar todo un compilado musical del cual solamente gustaban de un par de canciones.

⁵⁸ Patrik Wikström, *La industria musical en una era de distribución digital*, <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>, 18 de marzo de 2019.

El surgimiento de esta plataforma invitaba a una nueva manera de consumo entre los oyentes, poco a poco se alejaba del concepto de totalidad que suponían los álbumes musicales pues cada vez era más común que se consumiera la música a cuentagotas, canción por canción, esto con la finalidad de poder introducir estos archivos musicales en los, cada vez más populares, dispositivos de reproducción musical de las nuevas generaciones.

No se puede generalizar la forma en que los individuos de una sociedad consumen el hecho musical, pues cabe destacar que la interacción entre éstos se produce desde un plano meramente subjetivo, lo cual representa una infinidad de interpretaciones, en cambio, el auge del consumo “canción por canción” puso en alerta a los artistas quienes encontraron la forma de mantener al público en un constante acceso a su música bajo el nuevo modelo que se había generado.

La venta de formatos físicos comenzaba a volverse un modelo obsoleto, los oyentes habían encontrado una nueva forma para crear bibliotecas musicales sin la necesidad de poseer álbumes. La *iTunes Music Store* había producido un cambio radical en la industria musical y esto fomentaría la creación de servicios que ofrecieran a los usuarios un acceso innovador e inmediato a una oferta ilimitada de música sin la necesidad de comprar o poseer una copia de una canción o un álbum en su totalidad, todo esto a través de una renta de servicios.

2.2 Spotify: la distribución digital

Con la llegada de nuevas y mejores tecnologías de comunicación los servicios comenzaron a evolucionar para adentrarse en el nuevo mercado, desde el ámbito de la información y la cultura, hasta el entretenimiento, buscaron formas de mantenerse en contacto con el público de forma constante, era evidente que la tecnología iba a ser dominante para la interacción entre los individuos de la sociedad gracias a la facilidad de uso que se conseguía con la salida de nuevos y mejores dispositivos electrónicos que pudieran satisfacer las necesidades de cada usuario.

A pesar de la existencia de un teléfono que permitía estar conectado de forma constante con una plataforma musical, como lo fue el *ROKR E1* de Motorola y su alianza con la iTunes Store de Apple⁵⁹, era complicado imaginar un dispositivo que permitiera tener acceso a una cantidad considerable de música, los aparatos digitales de música tenían un almacenamiento que en ocasiones resultaba muy limitado.

Durante la primera década del siglo XXI los reproductores de música portátil creados por la empresa de Steve Jobs habían ganado terreno a pasos agigantados, además de los reproductores de MP3 que se podían conseguir en tiendas de electrónica, sin embargo, para la reproducción musical que éstos suponían era necesaria una interacción previa al almacenar música dentro de estos dispositivos.

En 2007, dos años después de esta fallida alianza con Motorola, Apple decidió lanzar el primer *smartphone* como lo conocemos hoy en día. El *iPhone* era un nuevo dispositivo capaz de mantener conectado al usuario a través herramientas ya existentes en los teléfonos de la época, en cambio, incluía el uso de una tecnología que se popularizaba con los años: el WiFi.

⁵⁹ Motorola ROKR E1, https://www.gsmarena.com/motorola_rokr_e1-1273.php, 20 de marzo de 2019.

La creación y diseño de esta herramienta tecnológica revolucionó la manera en que nos comunicamos en la actualidad, ya no era un simple objeto que permitía mantenerte en contacto a través de llamadas y mensajería instantánea, ahora también se incluía una cámara fotográfica, una grabadora y una agenda que se podía guardar en el bolsillo. Gracias a esta invención se inició una competencia en el mercado en donde cada compañía, año con año, busca ofrecer nuevos atributos a estos artefactos a los cuales les otorga una fecha de caducidad inmediata para que los usuarios consuman sus productos a gran velocidad.

Estos avances en las tecnologías de la comunicación permitieron al ser humano estar conectado en tiempo real, algo que años atrás nos hubiera resultado imposible, ya no era necesario descargar archivos musicales previamente para introducirlos en nuestros dispositivos, cada vez era más común que las personas pudieran tener de forma inmediata acceso a un catálogo ilimitado de música que ya se encontraba disponible en internet desde los primeros años del nuevo milenio, sin embargo, la piratería aún era considerada como una gran incógnita en la industria musical.

En 2006 se fundó uno de los primeros modelos que buscaba ofrecer un servicio de música totalmente legal financiado, en un inicio, con publicidad en diferentes espacios para que pudiera ser gratuito para los usuarios pero que de alguna manera ayudara a generar ingresos por licencias y poder pagar así a los creadores, distribuidores y propietarios de los derechos de las canciones.

No era el primer intento por crear un servicio legal capaz de competir con la piratería existente en la web, ya nos habíamos encontrado con la existencia de la *iTunes Music Store* de Apple, sin embargo, sería una de las plataformas más importantes que, a poco más de diez años de haber dado inicio a sus operaciones, hoy se mantiene como la más relevante de nuestra época.

Spotify nació en Suecia como una alternativa ante el mar de ofertas que ya existían en el servicio de *streaming*, una propuesta que permite la reproducción de contenido multimedia sin realizar la descarga digital algún archivo, funciona como una especie de transmisión de en línea en donde el único requisito es estar conectado a internet para la transmisión de datos de forma ininterrumpida, hoy en día observamos su evolución en servicios de entretenimiento audiovisual e incluso en plataformas de videojuegos.

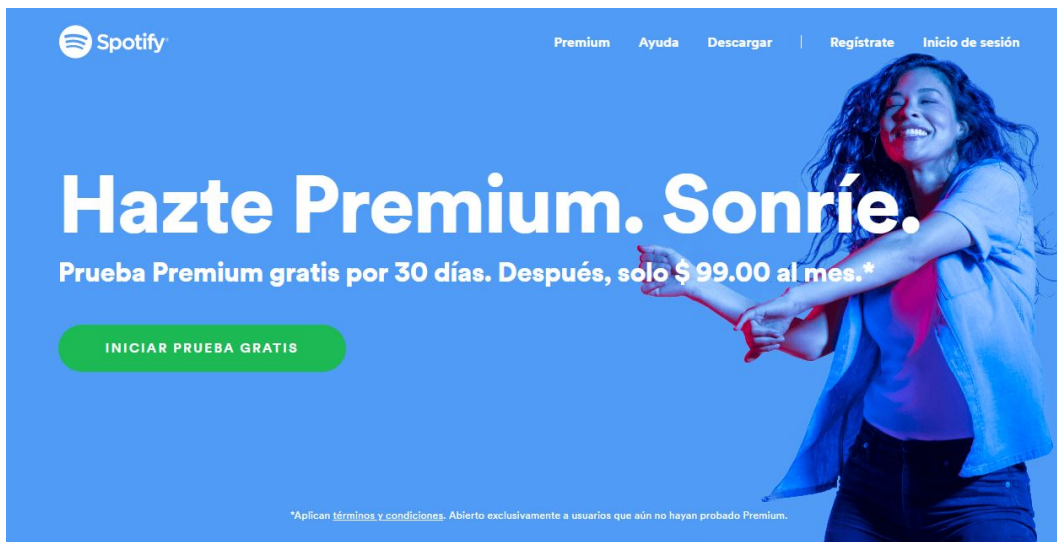
Daniel Ek tenía 25 años cuando decidió emprender este nuevo proyecto, que combinaría la informática y la música, de la mano de Martin Lorentzon. Dos multimillonarios que a muy temprana edad comprendieron que el mundo comenzaba a girar en un nuevo sentido y era importante adaptarse a las nuevas necesidades de los oyentes, era necesario adelantarse a la revolución tecnológica del nuevo milenio que empezaba a dar pasos agigantados a gran velocidad, el ser humano encontraba de forma continua nuevos medios que sirvieran para la interacción social.

Los primeros dos años de establecimiento de este nuevo modelo fueron de acuerdos y negociaciones con productores y distribuidores musicales pues ya existían plataformas controladas totalmente por la industria como *PressPlay* o *Rhapsody* que ofrecían un catálogo limitado por un precio excesivo que no permitía introducir estos archivos en reproductores MP3 o *iPods* de la época debido a que no podían ser descargados digitalmente, nadie quería poner su dinero en servicios que ofrecían algo que podía ser encontrado completamente gratis en la internet.

Para octubre de 2008 la compañía anunciaba que después de muchas conversaciones había firmado acuerdos con Sony BMG, Warner, EMI y Universal, cuatro de las propietarias de derechos más destacadas de la industria musical a nivel global, para distribuir su servicio en un grupo de países europeos para triunfar en un mercado donde otros había fracasado.

La compañía sueca tuvo que ofrecer acciones a los principales autores de la industria además de introducir un cambio radical en su modelo de negocio, ya no sería una plataforma financiada exclusivamente con publicidad para ofrecer un servicio gratuito, sino que desarrollaría una versión más avanzada que otorgaría beneficios y recompensas a los usuarios a través de una suscripción mensual.

Figura 1. Captura de pantalla de la página de inicio del sitio web de la plataforma.



El modelo que emplea Spotify ofrece una versión gratuita (*freemium*) en la cual el usuario obtiene acceso a la plataforma, con algunas limitaciones en el servicio, y con una versión *premium*, de suscripción, que ofrece recompensas en la reproducción del contenido entre cuales se encuentran una mejor calidad de sonido (que en algunos casos parece indistinguible al oído humano) y la eliminación de publicidad que mantiene al servicio.

La lógica del modelo de servicio *freemium* es que los usuarios se sentirán atraídos por el servicio gratuito, pero que con el uso continuado irán desarrollando cambios de hábitos y un apego emocional que les harán mucho más fácil plantearse cambiar de servicio.

El objetivo es conseguir que muchos de los usuarios del servicio gratuito acaben suscribiéndose a la versión avanzada. Para lograr ese objetivo, la versión gratuita debe incluir un montón de elementos molestos (como, por ejemplo, anuncios) o carecer de algunas funciones clave (como la posibilidad de usar el servicio en determinados aparatos), que se eliminan o añaden según los casos en las versiones premium del servicio.⁶⁰

Durante los primeros años de la plataforma resultaba difícil para las disqueras entender cuál era la dirección que tomaría esta nuevo modelo, algunos le daban muy poca esperanza de vida y en cambio este nuevo formato, que permitía tener acceso de forma remota a un enorme catálogo de música, comenzó a volverse popular entre los jóvenes. Ya no era necesario descargar archivos previamente, ahora resultaba posible acceder a un artista o canción en específico en el momento que se deseara sin infringir derechos de autor o violar las leyes de algún país.

La popularidad de este servicio le permitió expandirse a Estados Unidos en 2011 y dos años después a México, el primer país de latinoamérica en donde se podía hacer uso de la plataforma. Spotify ganó usuarios de forma inmediata y no era de extrañarse, las alianzas y concesiones obtenidas con las grandes disqueras le permitían poseer un catálogo variado de géneros y artistas que día con día se mostraban menos escépticos en el tema de la legalidad de este modelo.

La llegada del servicio a nuestro país sentó un hecho sin precedentes, tan sólo dos años después de haberse establecido, México ya era considerado el cuarto país con más usuarios activos en el mundo después de Estados Unidos, Inglaterra y Alemania.⁶¹ Gran parte de la popularidad se debe a la personalización que se genera con cada escucha en la plataforma pues permite conocer más a fondo al usuario.

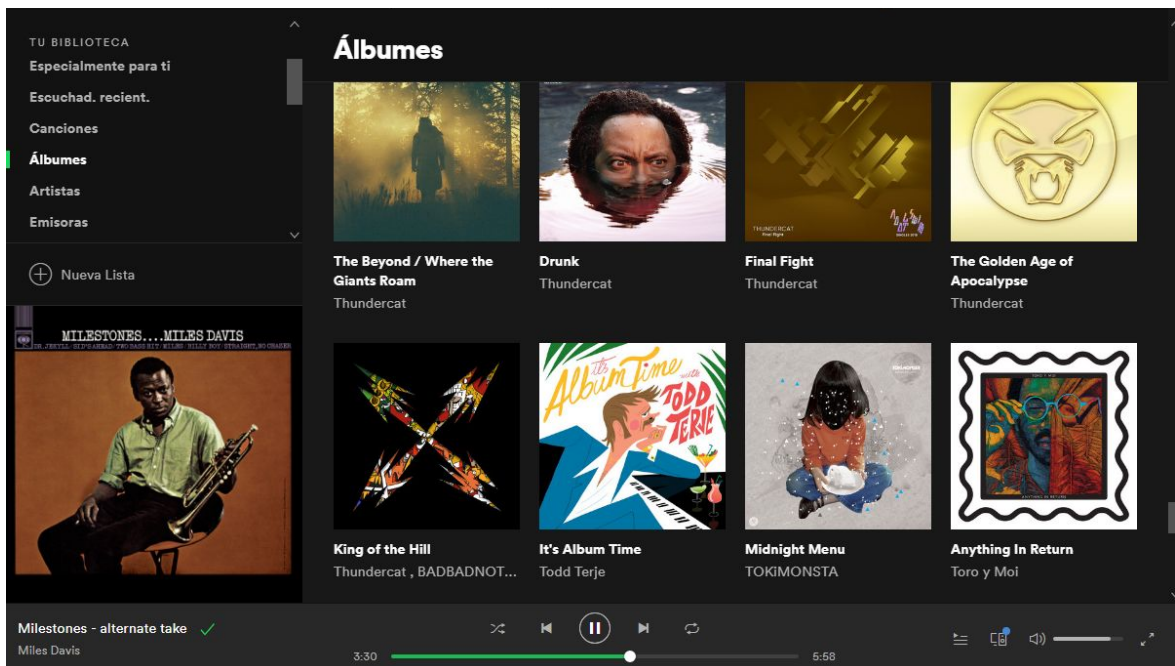
⁶⁰ Patrik Wikström, *La industria musical en una era de distribución digital*, <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>, 18 de marzo de 2019.

⁶¹ México, cuarto país con más usuarios en Spotify, <https://www.dineroenimagen.com/2015-04-18/54172>, 20 de marzo de 2019.

El acceso al servicio es totalmente gratuito, sólo basta con que el usuario tenga a la mano una cuenta de correo electrónico y una contraseña para poder crear un perfil en la plataforma, en algunos casos los usuarios suelen vincular sus cuentas con perfiles de la red social *Facebook* para mantenerse en contacto con sus amigos y poder publicar el contenido musical que escuchan en ésta última.

Dentro de las características que ofrece el servicio gratuito se encuentran el acceso al enorme catálogo musical que existe dentro de Spotify, te permite escuchar y navegar entre una gran variedad de artistas de diferentes géneros, compartir música con tus amigos y crear *playlists*, en donde puedes organizar tu propia lista de canciones que deseas escuchar de forma determinada, un fenómeno similar a la creación de *mixtapes* con cassettes en la década de los 90.

Figura 2. Captura de pantalla de la interfaz para computadoras de la plataforma.



Sin embargo, debemos recordar que el único requisito para poder disfrutar de estas características es permanecer conectado a una red a través de internet o de un plan de datos de telefonía celular gracias al uso de la red *peer-to-peer* en donde es necesario ligarse a un servidor para poder acceder a los archivos multimedia dentro de esta modalidad.

Un beneficio que otorga la contratación del plan *Premium* es la posibilidad de acceder a esta plataforma sin la necesidad de una conexión de datos pues permite que el usuario pueda descargar canciones y disfrute de toda la música que desee, además de la eliminación de publicidad que permanece constantemente en el plan gratuito lo cual anima a que el usuario opte por la contratación de un plan de pago para deshacerse de ellos.

La llegada de este servicio ha cambiado completamente la forma en que los oyentes interactúan con la música, ahora es posible acceder en cualquier momento a esa canción que no deja de sonar en nuestra cabeza desde el primer momento de la mañana, ya no es necesario cargar con una caja repleta de CDs o cassettes para ese viaje de cinco horas que estamos por realizar, el formato físico ha comenzado a convertirse en un objeto cada vez más obsoleto pues los usuarios de esta plataforma los consumen con menor frecuencia.

2.3 Inmaterialidad discográfica

Para 2015 el sector digital se convertiría en la principal fuente de ingresos de la industria musical al superar, por primera vez, las ventas de soportes físicos. Este crecimiento digital estuvo mayormente determinado por el incremento de los ingresos por *streaming*, se refleja la transformación de los sellos discográficos que han apostado a responder a los cambios en el comportamiento de los consumidores para otorgar licencias a nuevos servicios de manera proactiva y continuar con una inversión en el talento y la innovación para acercar a los artistas a un público global.⁶²

Esta revolución del *streaming* ha traído consigo a más consumidores, y ha sido el motor que impulsó el crecimiento del consumo de música grabada, sin embargo, a pesar del ascenso de ingresos totales de la música grabada en 2015 (incluidos los ingresos por comunicación y sincronización), sólo representó un primer crecimiento significativo desde 1995, esto quiere decir que con la llegada de estas plataformas cada vez más usuarios se acercaron a consumir música en un esquema que permitiera producir ganancias a creadores, productores y distribuidores musicales.

Mientras que en 2015 los ingresos generados por descargas digitales experimentaron una caída del 10,5%, el *streaming*, gracias a un mayor uso a través de teléfonos inteligentes, una mayor oferta por parte de los servicios de suscripción y el catálogo cada vez más extenso obtenido a través de las licencias y concesiones con la industria fonográfica, logró ascender hasta el 19% de la facturación mundial, un porcentaje superado con respecto al año anterior.⁶³

⁶² Informe Mundial de la Música, https://www.ifpi.org/downloads/GMR2016_Spanish.pdf, 23 de marzo de 2019.

⁶³ *idem*.

Para el siguiente año el crecimiento del mercado mundial de música grabada presentó un avance de 5,9%, la tasa más alta que se ha registrado desde la creación de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI por sus siglas en inglés) una organización, con sede en Londres, que año con año recopila información de la manera en que los oyentes del mundo interactúan con el hecho musical, ese pequeño holograma que solíamos ver en la esquina de los formatos físicos que nos indicaba la originalidad del producto.

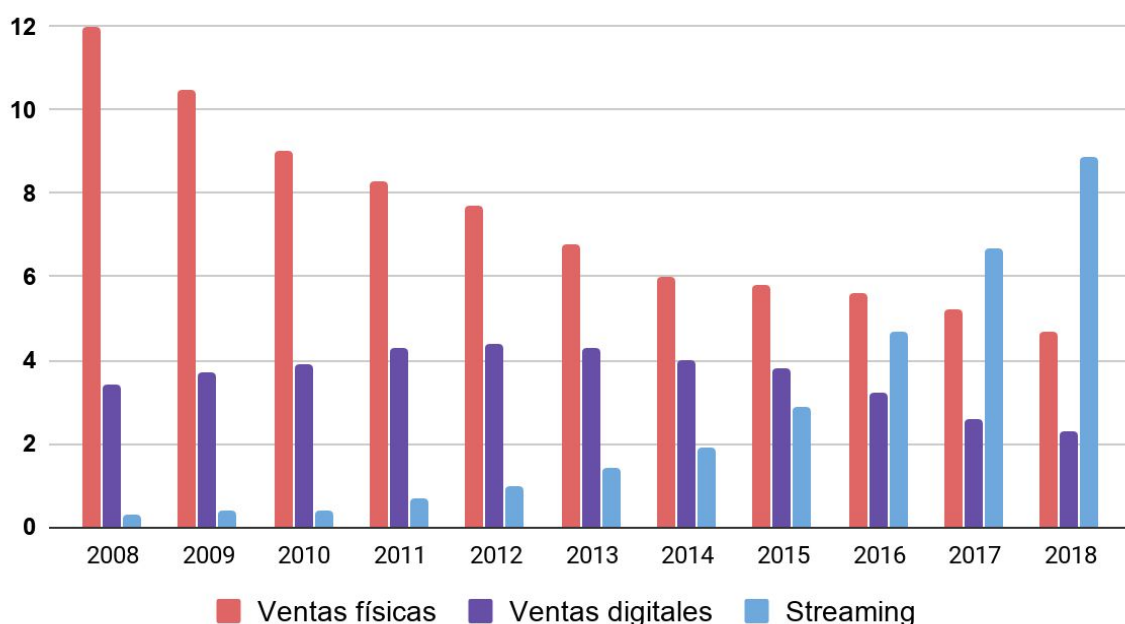
A pesar del crecimiento global en el mercado musical, impulsado en su mayoría por los 112 millones de usuarios suscritos a servicios de streaming, el consumo directo de música observó un descenso de 20,5% en descargas digitales.⁶⁴ La posesión de formatos físicos y digitales comenzaba a desvanecerse con la llegada de servicios que permitían un acceso inmediato al hecho musical.

Este indicador permite conocer cómo los usuarios se acercaron cada vez más al consumo de música a través de un servicio de renta que ofrece una ganancia total para la industria fonográfica en donde se da prioridad al fácil y rápido acceso de archivos musicales. Con la llegada de estas plataformas los usuarios se alejan de la ilegalidad que trajeron consigo los primeros años del nuevo milenio.

El *streaming* impulsó el reemplazo de formatos físicos, un reemplazo que no tenía la industria musical desde el apogeo del Compact Disc, recordemos cómo este formato se apoderó del mercado y convirtió a los demás en un objeto obsoleto. Este estímulo que generó un aumento de los ingresos se tradujo también en un crecimiento de la base de usuarios que permitiría apuntar, de forma acertada, cómo el mercado crecería con la llegada de estas plataformas a más lugares en el mundo.

⁶⁴ *Global Music Report 2017*, <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>, 25, marzo 2017.

Gráfica 1. Ingresos globales de música grabada 2008-2018 (m. mill. USD). Fuente: IFPI.



Para finales de 2016 el consumo de formatos digitales ya representaba la mitad del total de los ingresos de la industria musical, el *streaming* le había otorgado esa ventaja con un 60% de los ingresos por consumo digital.⁶⁵ El formato físico, en contraparte, cayó al 7.6%, un porcentaje más elevado con respecto al año anterior, la brecha entre formatos físicos y digitales cada vez se hacía más grande, era evidente el cambio que habían traído consigo las plataformas digitales de música.

Durante 2017 el mercado mundial de música grabada creció 8.1%, esto representó un crecimiento por tercer año consecutivo en la industria fonográfica que cada vez era mayormente dominada por las plataformas digitales, el mundo consumía música grabada como nunca antes en la historia y la piratería que se había establecido con la llegada de los discos compactos comenzaba a disiparse gracias a estos servicios.

⁶⁵ *idem.*

El *streaming* representó el 38% del total de los ingresos mundiales de música grabada frente a un 30% de los formatos físicos que iban cada vez más en declive, los ingresos por descargas digitales también comenzaron a ver una disminución al alcanzar sólo un 16% del total de ingresos.⁶⁶ Cabe destacar que en este último informe presentado por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica se hace la distinción, por primera vez, entre los ingresos por descargas digitales y los ingresos por *streaming*, se resalta la importancia y popularidad que empezó a ganar este último.

Para finales de 2017 ya eran más de 176 millones de usuarios suscritos a un plan de mensual en servicios de *streaming*, durante ese año se habían agregado más de 64 millones lo cual observó un crecimiento radical, las plataformas *peer-to-peer* ganaban popularidad gracias al fácil acceso y la gran oferta que incluían.

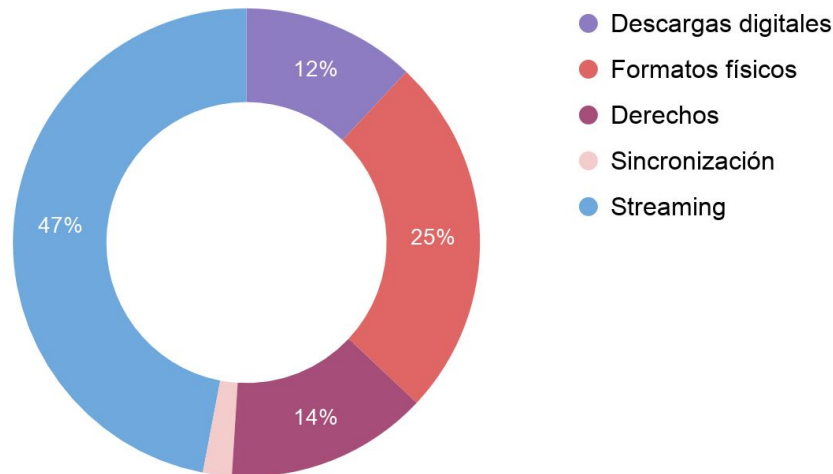
Este incremento fue generado también gracias a la inversión de la industria musical que vio en estos servicios una oportunidad de crecimiento, comenzó a ofrecer licencias y material exclusivo para incluirlo dentro del catálogo de estas plataformas, así fue como poco a poco se empezaron a agregar artistas y álbumes que no se encontraban con anterioridad en el servicio.

Latinoamérica manifestó un aumento muy importante durante este año, la región mostró el nivel más alto en todo el mundo con un crecimiento del 48.9% en los ingresos por *streaming*, México reflejaría un incremento significativo durante el siguiente año pues tomaría el liderato del mercado entre países de habla hispana.

⁶⁶ *Global Music Report 2018*, <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2018.pdf>, 25 de marzo de 2019.

Gráfica 2. Ingresos globales por segmento 2018.

Fuente: IFPI.



En 2018 los ingresos globales de música alcanzaron un nivel histórico por cuarto año consecutivo, este crecimiento se debió al gran alcance que consiguieron las plataformas de *streaming* las cuales ya suponían el 47% de ingresos de toda la industria musical, es decir, casi la mitad de los ingresos provenían solamente de las plataformas digitales de pago por renta de los servicios de música.⁶⁷

Del total de ingresos por *streaming* durante este año casi el 80% se generó desde usuarios que pagaron una suscripción a este tipo de servicios, únicamente un 20% de ingresos fue originado desde la publicidad que se incluye en las cuentas que usan este servicio de forma gratuita, esto significa que cerca de 255 millones de usuarios activos alrededor del mundo ayudaron a incrementar los ingresos económicos de música.

Este aumento se produjo también con la ayuda de los países latinoamericanos pues el mercado en esa zona se elevó hasta un 16.8%, uno de los progresos más importantes a nivel mundial, particularmente México mostraría el más importante de la región para llegar hasta un 14.7% de crecimiento, casi el doble del conseguido el año anterior.

⁶⁷ Global Music Report 2019, <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2019.pdf>, 6 de abril de 2019.

Este incremento alcanzó cifras importantes en nuestro país, de acuerdo con The Competitive Intelligence Unit para finales de 2018 Spotify ya contaba con el 89.1% del total de usuarios de *streaming* en México, es decir, 9 de cada 10 usuarios de servicios de transmisión por secuencias se encontraban en la plataforma sueca.⁶⁸

El éxito que ha logrado en tierras mexicanas se debe en gran parte a que contiene una versión gratuita, que genera ingresos a partir de publicidad, a diferencia de otras plataformas como Apple Music o Google Play que, a pesar de contar con un catálogo más extenso, no ofrecen oportunidad al usuario para ingresar al servicio sin antes estar suscrito a través de un medio de pago.

La masificación musical que ha logrado este servicio en nuestro país se debe también, en gran parte, por el acceso que se obtiene a través de *smartphones* pues son los dispositivos más usados para la reproducción de música a través de *streaming*, las compañías de servicios de telecomunicación buscan acuerdos para brindar planes específicos y satisfacer las necesidades de quienes desean recurrir al uso de esta plataforma a un menor precio.

La relación que ha creado Spotify con México ha crecido con el paso de los años para dejar una marca que trasciende hasta nuestros días, desde cómo interactúan los oyentes con la música que escuchan hasta la forma en que los artistas se comunican con el público mexicano. Un reporte publicado por la misma plataforma sueca indicó que actualmente la Ciudad de México es la ciudad con más oyentes del servicio a nivel mundial por encima de Nueva York o Santiago de Chile.⁶⁹

⁶⁸ *Spotify tiene a 9 de cada 10 usuarios de streaming musical en México*, <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/spotify-tiene-a-9-de-cada-10-usuarios-de-streaming-musical-en-mexico>, 27 de marzo de 2019.

⁶⁹ *Mexico City Is Now the World's Music-Streaming Mecca*, <https://newsroom.spotify.com/2018-11-19/mexico-city-is-now-the-worlds-music-streaming-mecca/>, 27 de Marzo de 2019.

Desde la llegada de la plataforma a nuestro país en 2013 se ha expandido el panorama sobre cómo los artistas visualizan al público mexicano, el servicio ha brindado la oportunidad de crear una comunicación constante entre oyentes-creadores para entender los hábitos de consumo y ofrecer así una experiencia totalmente distinta para los usuarios de este servicio.

Prueba de ello es el caso de la banda virtual de hip-hop *Gorillaz*, quienes durante el último año sostuvieron alrededor de 430,000 oyentes activos de forma mensual en la Ciudad de México.⁷⁰ Estos datos proporcionados por la plataforma ayudaron a que la banda británica pudiera visualizar que en nuestra ciudad eran grandes favoritos entre la selección musical de los usuarios.

La información se tradujo en una visita a México para concluir el tour global que la banda había emprendido para promocionar su último material discográfico. La agrupación británica, creada por Damon Albarn y Jamie Hewlett, visitaría tierras mexicanas por segunda ocasión en el mismo año después de haber participado dentro del marco de la decimonovena edición del Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino. El éxito de la primera fecha sería superado en su totalidad por el segundo concierto, ofrecido con motivo del cierre de la gira mundial, ya que los boletos para acudir al evento se agotarían en cuestión de minutos.

Este suceso da cuenta del cambio que ha revolucionado no sólo Spotify en su totalidad, sino las diferentes plataformas de *streaming* que ofrecen material exclusivo para atraer más usuarios al servicio de paga. Esta nueva forma de consumo ha cambiado el paradigma de la música como forma de comunicación en distintos niveles. La interacción entre creadores-oyentes se ha hecho cada vez más íntima y ha propiciado una unión que permite a estos últimos estar en contacto de formas que hace años nos parecían inimaginables.

⁷⁰ *idem*.

Cada vez es más usual ver activaciones y alianzas entre diferentes medios artísticos y de entretenimiento con estas plataformas como lo son los festivales de música como Corona Capital, Vive Latino, Eurojazz, entre otros, que ofrecen listas de reproducción generadas para incluir artistas participantes dentro del cartel del festival, o con espacios como el Museo Nacional de Arte o el Museo del Palacio de Bellas Artes que incluyen piezas musicales que buscan brindar una nueva experiencia a los visitantes mientras disfrutan de las obras de arte que hay dentro de ellos.

Incluso para hechos históricos, como fue el movimiento estudiantil de 1968, la plataforma de *streaming* presentó en colaboración con la revista Rolling Stone México y Cultura UNAM una serie de podcasts que relatan cómo surgió el movimiento y cuál fue su legado en la historia de nuestro país desde las voces más relevantes de la época entre las cuales se encuentran algunos escritores como Carlos Monsiváis, Paco Ignacio Taibo II y Jorge Volpi.⁷¹

Además, para conmemorar el año que marcó un antes y un después en la cultura y la historia de México, Spotify presentó listas de reproducción que transportaban a los oyentes a dicha época, en colaboración con la revista realizaron una selección de 68 temas que van desde las baladas pop al rock psicodélico de aquellos años.

Internet trajo consigo una revolución en el consumo musical, los cambios tecnológicos y estructurales que moldearon la forma en que ésta se reproduce y distribuye han sido un parteaguas para la industria, hoy es común referirnos al hecho musical como un ente de accesibilidad inmediata al cual podemos recurrir con muy pocas restricciones y limitaciones.

⁷¹ *Spotify conmemora Movimiento del 68 con un podcast*, <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Spotify-conmemora-Movimiento-del-68-con-un-podcast-20181001-0110.html>, 28 de marzo de 2019.

Al inicio de este capítulo observamos cómo la evolución de la música se debe en gran parte a las innovaciones tecnológicas, las cuales han ayudado a que la interacción con el hecho musical permita la creación de una identidad a partir del bagaje musical que cada persona construye día con día a través de los diferentes géneros y artistas que consume.

Los servicios de *streaming* fomentan una escucha inmediata desde casi cualquier dispositivo, actualmente resulta inimaginable situarnos en una época en donde era absolutamente necesario cargar con el formato físico en donde se depositaba la música o trasladarnos con ella para hacer uso de un espacio que en la actualidad se ha reducido a datos que no podemos observar ni palpar de alguna forma.

[...] la era digital se caracteriza cada vez más por una creciente desmaterialización que separa el soporte físico del contenido. Todos los artefactos materiales que en otro tiempo se asociaban a nuestras prácticas de acceso a la información (libros, periódicos, cuadros, discos, fotografías, películas, etc.) ceden terreno ante las herramientas informáticas que los desmaterializan para incorporarlos al mundo digital y hacerlos circular por entre las redes, eliminando su carácter de sólido.⁷²

⁷² Márquez, Israel, *Música y materialidad discográfica en la era del acceso*, Revista Razón y Palabra, s.f., vol. 17, núm. 79, pp. 2-18.

Capítulo III

La era del acceso directo
a la identidad musical

El entorno que nos rodea comienza a alejarse de los objetos físicos, de la materialidad que producimos en cientos de aparatos que ofrecen una satisfacción, desde libros, películas, juegos, música, entre otros, cada vez es más común observar cómo la sociedad se acerca a grandes pasos al universo digital, desde los más pequeños que comprenden la dinámica de una forma casi inmediata cuando nacen, hasta los mayores que han decidido adentrarse a una tierra desconocida sólo para quedar maravillados con la cantidad de tareas que se pueden realizar en este mundo virtual.

La música ha sido una de las principales entidades que ha perdido peso en el terreno físico, ya lo veíamos en el capítulo anterior con la venta de formatos físicos los cuales han visto un decaimiento con el paso de los años, esto no se debe más que a la evolución que han traído consigo la llegada de nuevas tecnologías, en ocasiones resulta más cómodo dejar el espacio físico a un lado para darle bienvenida a lo digital y reservar el espacio a cosas y objetos que puedan ser más importantes para las personas, si así lo desean.

En el siguiente capítulo se abordará el impacto que ha tenido la distribución digital de música y la manera en que la inmaterialidad discográfica ha modificado la interacción que tienen los oyentes con el hecho musical gracias al acceso fugaz que otorgan las nuevas formas de distribución, a través de una investigación de campo se conocerá cuál es la relación actual que establecen los jóvenes con la música.

Este acceso inmediato a la música ha eliminado algunas partes del proceso que hace años solía componer la interacción con la sonoridad, atrás quedaron esos años en donde era absolutamente necesario acudir a un lugar específico para adquirir el álbum más reciente del artista favorito, también han quedado en el olvido aquellos días donde las personas solían reunirse exclusivamente para escuchar música como una actividad recreativa.

Ahora resulta más fácil disponer de entre cientos de millones de canciones con un sencillo click, esta espera por la llegada de nuevas músicas se ha reducido en una sociedad que vive constantemente de consumos inmediatos, un modelo que expone al discurso sonoro de forma acelerada para que todos puedan tener acceso en un periodo muy corto de tiempo.

La disponibilidad inmediata alude a un sentido en donde la música ya no necesita de ningún esfuerzo para ser merecida, ahora es posible encontrarla en cualquier forma y medio existente, este proceso digital debilita la sensibilidad y ayuda a reducir la música a un objeto que ya no es de audición consciente, sino de trasfondo sonoro percibido como complemento habitual de otras operaciones domésticas.⁷³

Con el nacimiento de la música grabada, Umberto Eco percibió este hecho que sólo ha logrado reafirmarse con el paso de los años, incluso con la llegada de la radio afirmaba que el consumo constante habría acostumbrado a las personas a aceptar la música como un complemento sonoro de las actividades domésticas, se evita una escucha atenta y críticamente sensible, lo cual induce a una habituación a la música como columna sonora de la propia jornada.⁷⁴

Con la llegada de la era digital esta escucha superficial ha tomado fuerza gracias a la gran cantidad de producciones musicales que surgen semana con semana, nos encontramos ahora con un exceso de creadores que día con día buscan establecer relevancia o abrirse paso en el mercado para poder triunfar económicamente, algunos más en la búsqueda de mantener el contacto que han logrado generar con sus oyentes con el paso de los años.

⁷³ Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen y Tusquets, 2001, pp. 291-300.

⁷⁴ *idem*.

El mercado musical hoy es tan enorme que resultaría imposible escuchar todas las manifestaciones artísticas que se producen alrededor del mundo. Esto implica que, con la llegada de más artistas y canciones, los oyentes busquen acercarse a nueva música y ello permita guardar los descubrimientos en una biblioteca musical virtual que solamente quedará en el olvido gracias a la llegada de más producciones sonoras que tomarán el lugar de las anteriores de forma acelerada.

Este aparato musical actualmente ha dado prioridad al universo digital con la escucha en *streaming* la cual ha sentado las bases de lo que cada día es más evidente, la sociedad le otorga una mayor relevancia al acceso y no tanto a la propiedad. Ya lo mencionaba el economista Jeremy Rifkin hace casi dos décadas quien bautizó nuestra era como “la era del acceso” en la cual comprar cosas materiales y tener propiedades comienza a convertirse en algo obsoleto en un mundo que se mueve a gran velocidad y vive de un constante cambio, hoy en día reina el acceso directo a servicios de todo tipo a través de las redes gestadas en el ciberespacio.⁷⁵

Es por esto que en la actualidad contamos con servicios que nos otorgan un acceso directo a entretenimiento visual como son las plataformas para ver películas y series, o incluso con la llegada de plataformas que puedan posibilitar el uso de videojuegos a través de *streaming*, gracias a las innovaciones tecnológicas hoy es posible tener acceso a productos y servicios sin poseerlos materialmente.

⁷⁵ Rifkin, Jeremy, *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Barcelona, Paidós, 2000, pp. 13-22.

3.1 Intangibilidad emocional

La distribución digital de música ha dejado que los formatos físicos indudablemente no queden en segundo sino es que hasta en un último término, la accesibilidad inmediata promueve un consumo constante en donde la materialidad discográfica ya no tiene relevancia, sin embargo, esta palpabilidad física durante mucho tiempo estuvo dotada de una pertenencia y significado identitario.

La tangibilidad del producto discográfico tiene también un fuerte componente de nostalgia, pues muchos discos los relacionamos con algún momento especial o etapa específica de nuestra vida, o simplemente somos capaces de acordarnos del lugar y el momento en el que lo compramos, cuyo recuerdo queda grabado en nuestra mente en forma de “fichero adjunto” que actualizamos cuando volvemos a ver, tocar, oler y escuchar el disco en cuestión.⁷⁶

La intangibilidad del hecho musical produce una ausencia sensaciones, sentimientos y emociones que puedan ser evocados desde la materialidad discográfica, la identidad visual que formaba un componente importante de estos formatos físicos queda descartada gracias a la virtualidad de las plataformas de *streaming*, los archivos musicales llegan ahora con una presentación que no es posible sostener físicamente en las manos, esa identidad visual hoy le pertenece a los videos musicales y contenido que se publica en las diferentes plataformas del ciberespacio.

En la actualidad el discurso musical hace uso de diferentes mecanismos para llegar a los oyentes de todo el mundo, la música entonces delega estas características contenidas en el material discográfico a través de redes sociales que sirven para mantener un contacto constante con el público, al no existir una palpabilidad física en ella los artistas buscan ofrecer una experiencia distinta con las diferentes tecnologías con las que cuenta ahora.

⁷⁶ Márquez, *op. cit.*, pp. 2-18.

La música consumida mediante las plataformas de *streaming* atenta contra la idea del disco musical como un “texto discográfico” debido a la ausencia del disco entendido como un objeto sonoro portador de un sentido el cual está articulado sobre la música en sí misma, en el gráfico-visual (portada, diseño, imágenes del disco), en el verbo-visual (letras de las canciones) y el objetual (el soporte fonográfico).⁷⁷

La unión de estos elementos representa no sólo la creación de nuevas melodías y armonías, sino también el sentimiento que busca manifestar el artista cuando da a conocer su material discográfico, los ideales que busca representar y los mensajes que desea transmitir, todos los componentes de esta creación convergen para significar el distintivo fonográfico.

Es este efecto de sentido concreto lo que se pierde con la creciente desmaterialización de la música en la era digital, un sentido que encontramos tanto a nivel de contenido como de continente. Porque el continente actúa en el texto discográfico tradicional como un dispositivo semiótico con el que creamos un vínculo afectivo y emocional, movidos por una música que podemos “mirar”, “tocar” y “oler” y que funciona como sustituto de la propia inmaterialidad de la música, es decir, como extensión sensorial (tacto, vista, olfato) de algo que en esencia es puramente sonoro.⁷⁸

Los formatos digitales carecen de ese vínculo emocional que se genera con la materialidad discográfica pues no hay un objeto palpable al que se pueda dotar de sentimientos y sensaciones, esta tangibilidad del disco representa un acceso a historias, recuerdos y pasajes específicos a los cuales el poseedor puede remitirse en cuanto tenga dicho objeto sobre sus manos, gracias a la identidad visual que dispone y la cual acompaña al discurso sonoro que se incluye dentro de él.

⁷⁷ Bertetti, Paolo, *La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica*, en Carlón, M. y Scolari, C. *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*, Buenos Aires, La Crujía, 2009, pp. 71-92.

⁷⁸ Márquez, *op. cit.*, pp. 2-18.

Con la distribución digital de música esa extensión sensorial de la sonoridad desaparece de forma absoluta, como ya se mencionó, los archivos musicales vienen de forma intangible y es esta ausencia sensorial en los formatos digitales la que permite presentar al hecho musical como un objeto sin envoltura listo para ser consumido en cualquier momento que se desee.

En los primeros años de la industria discográfica el sencillo era el medio por el cual la música era transmitida, los costosos métodos de producción permitían que los artistas sólo pudieran grabar obras muy limitadas de tiempo, sin embargo, con la llegada de los discos de vinil de larga duración (LP) los artistas podían realizar un compilado de varias canciones gracias a la capacidad de almacenamiento, fue así como empezó a surgir la idea del álbum como lo conocemos en la actualidad.

Con la llegada de este concepto se generó un cambio en la forma en que se distribuía y creaba la música, la portada y los componentes extramusicales evolucionaron también para brindar una complejidad mayor y dotar al llamado “texto discográfico” de un sentido más relevante, surgió el arte de las portadas que habría de expandirse con el paso de los años para hacer eco de las diferentes inquietudes, gustos, deseos, movimientos sociales y vanguardias artísticas del momento.⁷⁹

La finalidad de estos distintivos es crear una identidad visual que el artista o género sean capaces de evocar de forma directa o indirecta, mediante asociaciones y relaciones que compartan el discurso sonoro y el contenedor de éste para distribuir ideologías o valores relacionados al contenido musical de la obra que se presenta en cada caso.

⁷⁹ *idem.*

Esta identidad visual que se vierte en las producciones discográficas funciona como un constructor identitario en donde aquellos que lo poseen pueden servirse de él para adquirir afiches y productos relacionados con lo que se observa, se interioriza el arte gráfico que se establece en éstos y ayuda a adquirir o modificar gustos sobre la ropa y colores que desea vestir o la apariencia que desea mostrar.

Sin embargo, hoy en día con el desvanecimiento de la adquisición de formatos físicos de música esta construcción identitaria se sirve de otros medios que ayudan a modificar la personalidad de forma constante, la música entonces pasa a ser un objeto intangible que ayuda a guiar esa identidad desde un plano de menor relevancia gracias al continuo contacto que se establece con ella.

Resulta inverosímil que una constante relación con la música actualmente ya no tome el papel tan importante que tiempo atrás suponía para la configuración y modificación de una identidad, y es precisamente esa conexión que se establece con el hecho musical lo que actualmente determina su irrelevancia, la relación que se crea en torno a ella ya no es de gran profundidad gracias a la excesiva y casi infinita oferta que nos proporciona la industria musical, se motiva a los oyentes a probar y descubrir géneros y artistas que estén fuera de sus límites gracias a esta accesibilidad inmediata.

Años atrás, con la obligatoriedad de la adquisición de formatos físicos, resultaba imposible recurrir a esta vasta oferta de géneros que se ofrecen, principalmente por el costo que representaba adquirirlos en algunos casos ya que la pertenencia e identidad cultural que formaba a los jóvenes era gestada desde un género musical en específico y en algunas de sus vertientes, lo cual se traducía en un gasto monetario en selecciones muy particulares que pudieran estar al alcance de quien quisiera poseer estos formatos.

Esto significa una evolución a gran escala con la llegada de las plataformas de *streaming* pues dentro de ellas los usuarios pueden establecer un contacto indiscriminado con un sin fin de géneros y artistas de cualquier parte del mundo, es así como actualmente se puede saber con exactitud y precisión qué artistas se escuchan en el mercado japonés o quienes entran y salen del Top 40 de Inglaterra semana a semana.

La música se desmaterializa en beneficio de un acceso que nos permite tener toda la música que queramos aquí y ahora, a golpe de click, una música que nos llega a la velocidad de la luz y que promueve una escucha en gran medida rápida y veloz, ya que el acceso ilimitado y la posibilidad de una música constante y disponible por doquier, como la que encontramos actualmente en Internet, tienen importantes consecuencias para el consumo, la escucha y la apreciación propiamente musicales.⁸⁰

En la actualidad podemos hablar de una diferencia abismal entre la forma en que se consume música, con el precio que se puede adquirir un sólo CD (el cual puede oscilar entre los cien a doscientos pesos mexicanos en promedio) se puede adquirir una suscripción mensual a cualquiera de los servicios de *streaming* existentes lo cual supone una ventaja inimaginable.

Es decir, por el mismo precio que se puede adquirir un sólo álbum, de un artista en particular en un género musical en específico, hoy se puede tener acceso a un catálogo musical de alrededor de 40 millones de canciones de todo el mundo sin importar el género o artista al que corresponda, resulta algo inimaginable en una industria que ha observado grandes cambios en un lapso menor a treinta años.

⁸⁰ *idem.*

En la actualidad podemos hablar de la existencia de un mar de ofertas musicales a las que podemos acceder desde nuestro teléfono inteligente, ya no es necesario estar pendiente de las tiendas de música para tener noticias sobre la llegada del nuevo sencillo del artista favorito, ni tampoco hacer largas filas para poder adquirir ese álbum tan esperado que se había anunciado con meses de anticipación, basta servirse de algunos gestos táctiles en el teléfono para poder estar al tanto de lo que sucede en la industria musical.

Es gracias a esta accesibilidad que podemos establecer un contacto con la música de forma constante sin diferenciar el género o artista al que pertenezca, esto produce una reproducción superficial en la cual el detenimiento para escuchar con atención lo que se nos presenta comienza a desvanecerse, hoy hacemos uso de este tipo de plataformas para acceder de forma inmediata y fugaz al hecho musical.

Sin embargo, debemos recordar que el precio por el cual se paga este servicio no representa bajo ningún esquema la pertenencia de las canciones sino únicamente la renta de estos archivos sin publicidad que interrumpa la interacción musical, esto significa que si el usuario deja de monetizar el servicio la música seguirá en la plataforma y se podrá acceder a ella bajo la advertencia de recibir anuncios publicitarios con gran frecuencia entre otras desventajas.

Este modelo del acceso inmediato anula por completo el coleccionismo del cual se servían los más fervientes del hecho musical, con los años se ha desvanecido la idea de poseer algo para la posteridad pues el mundo actual prioriza la fugacidad con la que vive la sociedad de forma constante, se debe vivir el aquí y el ahora en un consumo indiscriminado de lo que las grandes industrias, no sólo de la música, ponen frente a nuestros ojos.

[...] coleccionar discos implica mucho más que la música. Coleccionar tiene que ver con la emoción del cazador, la acumulación de habilidad, una muestra de riqueza, el encanto sinestésico de tocar y ver el sonido, la creación y la catalogación de las memorias y los placeres (y peligros) del ritual. Coleccionar discos representa una relación con la música que nos ayuda, en pequeña o gran parte, a articular y, es más, a configurar quienes somos.⁸¹

La idea de la biblioteca musical ahora queda delegada en un plano enteramente virtual, ya no se posee la materialidad discográfica y el valor simbólico que se otorgaba a los formatos físicos, se convierte en algo inexistente. Esta misma virtualidad ahora nos ayuda a poseer un catálogo casi infinito de géneros y artistas que han desfilado en la industria alrededor del mundo durante más de un siglo.

Esta articulación de *quienes somos* responde no sólo a la interacción que realizamos con el discurso sonoro sino también con los demás medios de comunicación que consumimos en el día a día, el hecho musical cede su lugar en la forma que ayuda a la construcción de esta personalidad a las diferentes manifestaciones que encontramos también en el ciberespacio como la publicidad, la vida dentro de las redes sociales y otro tipo de entretenimiento que la música no puede ofrecer.

La virtualidad en la cual vive esta biblioteca musical hoy nos brinda un consumo a gran velocidad, las plataformas nos ayudan a ordenar todo de forma automática en donde la participación más importante de los usuarios es decidir, con gran facilidad, si algo debe entrar o no a esta biblioteca, la inmediatez que se produce en el ciberespacio ayuda a que la música sea casi imperceptible debido a ese consumo fugaz.

⁸¹ Katz, Mark, *Capturing sound: how technology has changed music*, Berkeley, University of California Press, 2004, pp. 99-113.

Nos remitimos entonces a esa era del acceso que nos mencionaba Rifkin, la posesión material de música actualmente resulta irrelevante en un mundo donde es más fácil acudir a una plataforma de *streaming* para crear un escenario virtual en donde podemos escuchar canciones de forma constante con la libertad de viajar entre diferentes géneros y artistas en un breve lapso de tiempo sin mucha dificultad.

Encontramos entonces una vía rápida y efímera en los medios que cada día se encargan de decirnos qué es lo que está de moda, cuáles son los temas de los que todo el mundo habla y qué nos depara en el futuro con la llegada de estas tecnologías a nuestra sociedad, sin dejar de mostrarnos que el ser humano debe vivir en el consumo constante de todas estas manifestaciones generadas por las grandes industrias para estar *actualizado* como si la sociedad fuera parte también de una especie de software tecnológico.

3.2 Personalidad digital

La configuración del yo a partir del hecho musical cada vez es más dispersa en cuanto a los géneros y artistas que se encuentran dentro de estas plataformas, si bien ahora es más fácil encontrar canciones de un género en específico esa misma facilidad nos permite indagar dentro del mar de ofertas que hace años hubiera resultado imposible por los altos costos al adquirir un formato físico, estos gestos táctiles nos guían del rock al pop, del pop a la música clásica y de la música clásica a los ritmos tropicales en un fragmento muy corto de tiempo.

En la construcción de identidad, la música *pop* resalta por el sentido de la relación que se crea con *algo* y con *alguien*. Esto es, que por medio del consumo de este género musical se crea una forma de vinculación en tres etapas. Primero, el sujeto se acerca a la imagen de la figura pública; segundo, dicha imagen propicia una motivación subjetiva, y tercero, la motivación subjetiva genera un consumo anclado convergencias en la identificación. De acuerdo con lo anterior, el pop permite crear un sentido de relación con otros y conformar colectivos juveniles a partir de acciones sociales generadas por dicho consumo; por ejemplo, conciertos masivos, consumo de objetos y *looks*.⁸²

En un mundo que constantemente interactúa con los medios que se encuentran en su entorno es cada vez más difícil dibujar una línea que permita distinguir con claridad las características que diferencian a un género musical de otro gracias a la amalgama que se compone hoy en día con la diversidad de artistas que buscan explorar nuevos ritmos y sonidos para incluir dentro de su material artístico. Esto produce un mercado heterogéneo que se sirve ya no sólo de la música para crear una identidad, sino que ahora se le otorga una mayor relevancia a las redes sociales y el contenido que se genera dentro de éstas.

⁸² Martínez, Dulce, *Identidad, juventud y música pop*, Revista Tramas, s.f., núm. 31, pp. 169-184.

La manera en que se construyen estas identidades ha cambiado con el paso del tiempo, los factores como la pertenencia social referida a formar parte de un grupo social y compartir las representaciones que identifican a los miembros de éste para mantener una unidad hoy por hoy se han desvanecido, los colectivos juveniles cada vez pierden más fuerza en un mundo que fomenta la individualización en diferentes ámbitos de la sociedad.

La era digital se caracteriza por la personalización cada vez más específica en diferentes ámbitos, desde la publicidad que encontramos en las redes del ciberespacio hasta el contenido que se genera dentro de estas mismas para satisfacer nuestras necesidades, y no es una coincidencia que ciertos anuncios de marcas importantes a nivel mundial aparezcan automáticamente después de haber hecho una búsqueda similar en otra plataforma virtual.

Desde tiempos remotos el ser humano ha buscado una experiencia individual y personal en cuanto al entorno que le rodea, cada cabeza es un universo que vive constantemente desde la subjetividad y, sin embargo, siempre permanece dentro de una colectividad que le permite diferenciarse de lo ya existente, esta individualidad que se busca día con día se ha reforzado desde la llegada de las nuevas tecnologías que brindan la oportunidad de vivir una experiencia única.

En la actualidad el sujeto, a pesar de compartir características, gustos y rasgos específicos, ya no busca adentrarse en el terreno de la colectividad, ya no le interesan las etiquetas que le ha conferido la sociedad para incluirlos dentro de un grupo segmentado de la misma, ahora se prioriza la unicidad de los individuos gracias a la constante comunicación que se fija en la publicidad de productos y servicios en donde se establece una singularidad y se elimina la pluralidad.

Hoy por hoy cada persona busca esa individualización a través de los medios de los cuales se sirve, es por ello que muchas plataformas y servicios ofrecen configuraciones que se adecúan a las necesidades muy específicas de cada usuario para brindarle una experiencia única y distinta de los demás. Dentro de estas redes se busca ampliar las vivencias y conocimientos de cada individuo que ahora tiene acceso a un álbum fotográfico para sus recuerdos, un periódico que sólo le muestra noticias de su interés o una ventanilla de atención a clientes donde pueda resolver sus dudas de forma inmediata.

Esta personalización actualmente se traduce incluso con la humanización que algunos le confieren a los dispositivos tecnológicos que los acompañan diariamente, desde las particularidades virtuales como los fondos de pantalla que eligen en sus teléfonos o los tonos de llamada, que les brindan una extensión de su personalidad, hasta las fundas y diferentes accesorios que adquieren para mantener en constante evolución ese objeto que les ayuda a sentirse identificados o diferenciados de los demás.

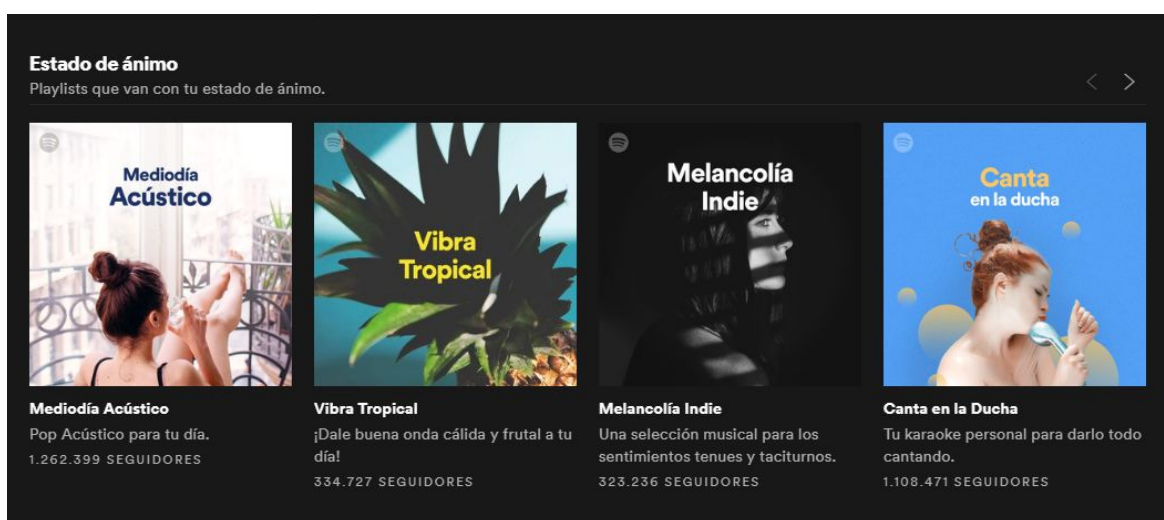
La individualidad que se genera en torno al hecho musical comenzó a dar indicios desde la llegada del *walkman* y la cultura del *mixtape* que corría alrededor de él, los oyentes personalizaban una lista de reproducción en donde vertían únicamente las canciones que deseaban escuchar, sin embargo, con la llegada de los cambios tecnológicos este hecho se reforzó para generar una nueva forma de consumo musical, el concepto del álbum comenzaría a alejarse de los oídos juveniles.

[...] el aumento documentable en el consumo de singles va dando paso acelerado a las llamadas *playlist*, que en el *ipod*, en la computadora u otros sistemas de reproducción, conforman repertorios que se configuran desde la subjetividad de cada joven, donde el gusto está mucho menos vinculado a una identidad (musical) delimitable y mucho más al gusto o estados de ánimo.⁸³

⁸³ Reguillo, Rossana, *Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa*, Revista Nueva época, s.f., núm. 18, pp. 135-171.

Con la llegada de las plataformas de *streaming* la creación de estas listas de reproducción representa el nuevo modelo de interacción con el discurso sonoro, ahora es posible establecer diferentes selecciones musicales de acuerdo con los ámbitos en donde la música toma lugar como complemento de las actividades, es así que ahora se crean *playlists* para acudir al gimnasio, para realizar tareas domésticas o escolares, para el traslado a los centros de trabajo o incluso para encontrar un espacio de meditación.

Figura 3. Captura de pantalla de las diferentes *playlists* que ofrece la plataforma.



Esta idea sirve para entender cómo es que el concepto del álbum musical deja de suponer el primer contacto, o al menos el más relevante, ya que de forma constante los oyentes interactúan con las *playlists* creadas por ellos mismos o por terceros en donde se observa una gran variedad de géneros y artistas para satisfacer la necesidad especial de cada uno, sin embargo, lo que permea dentro de estas listas de reproducción son los estados de ánimo o los momentos específicos para los cuales realizaron esa selección particular de canciones.

La creación de estas listas de reproducción pone también sobre la mesa el paulatino desvanecimiento de los géneros de música. En un mundo cada vez más globalizado es muy frecuente ver artistas entrar y salir a gran velocidad de diferentes mercados musicales en una búsqueda de nuevas audiencias a raíz de las colaboraciones que realizan con otros creadores.

El género musical empieza a perder relevancia debido a la personalización que permiten crear las plataformas de *streaming* las cuales priorizan la distinción de la música según los estados de ánimo o actividades a realizar y no por las categorizaciones musicales que la misma sociedad ha otorgado con anterioridad, esto ayuda a que los artistas decidan explorar nuevas direcciones musicales para abarcar un mercado más grande gracias a la mezcla de diferentes estilos y sonidos de la diversidad musical.

Debido al imparable proceso de globalización los géneros musicales creados en una cultura se aceptan y se reconocen por otras. Nos encontramos de esta forma con unos géneros musicales que rompen fronteras y se instalan en todas las partes del mundo pudiendo hablar hoy en día de la existencia de una música globalizada.⁸⁴

En la actualidad se permite la exploración constante de nuevos ritmos, sonidos y estructuras para crear música en donde lo más importante para los artistas es la satisfacción que le otorgan a los oyentes quienes ya no encuentran relevante la categorización que sugiere la industria musical y es gracias a ello que las combinaciones de géneros, que hace años nos hubieran parecido inimaginables, hoy pueden resultar comercialmente exitosas.

⁸⁴ Cabello, Antonio, *op. cit.*, p. 10.

En este sentido, la creación de las listas de reproducción responde a un modelo en donde las plataformas buscan satisfacer hasta el mínimo detalle de los usuarios que ingresan a este servicio, les ofrece la oportunidad de tener una experiencia única en cuanto al medio que los rodea, es así como incluso las grandes marcas del entretenimiento buscan conectar con un público específico a través del contenido que se brinda dentro de éstas.

Gracias a esto podemos encontrar también *playlists* con la selección de canciones que escuchan los jugadores de fútbol antes de disputar un partido para generar una conversación, o listas creadas por los grandes festivales de música para recomendarte algún artista que se encuentra dentro de la edición del concierto en cuestión, incluso se generan algunas más creadas a partir de un suceso en los medios de comunicación para poner a discusión la nueva película que está por estrenarse o la nueva temporada de la serie de televisión de la que todos hablan.

No sorprende que, gracias a esta configuración de *playlists*, los servicios encargados de distribuir música a lo largo de todo el ciberespacio ahora ofrezcan planes en donde aseguren incluir el contenido de artistas independientes dentro de esta nueva modalidad en las plataformas de *streaming* para obtener mayores ingresos a los poseedores de derechos y ampliar el mercado para llegar a más oídos a lo largo de todo el mundo.⁸⁵

Las empresas de distribución comprenden éste como el primer contacto que se establece con la música y es ahí donde se puede gestar la interacción y relación que se establezca en el futuro entre artistas oyentes para tener un impacto en el mundo real, se promueve que dentro de las *playlists* el productor musical pueda atraer a un número mayor de seguidores que fuera de ellas.

⁸⁵ *Cómo llevar tu música a una playlist de Spotify o Apple Music*, <https://musicodiy.com/como-llevar-tu-musica-a-una-playlist-de-spotify-o-apple-music/>, 10 de abril de 2019.

Los oyentes tienen ahora la oportunidad de personalizar, configurar y establecer un orden específico de una selección en particular al momento de interactuar con el hecho musical, ya no se necesita de ningún intermediario para crear una conexión con aquello que se escucha, el acceso directo que suponen las plataformas de *streaming* les permite ser responsables en su totalidad de los artistas, álbumes y canciones que desean escuchar y agregar a esa biblioteca virtual.

Hoy nuestros datos personales se vierten dentro de este mundo virtual que pareciera ser inocuo por el impacto que tiene en la realidad, sin embargo, estos datos que proporcionamos a la red ayudan a que los algoritmos creados por estas plataformas permitan entender la forma en que interactuamos con lo que nos rodea, desde las cosas que nos gustan, la música que escuchamos, las películas y libros que leemos, entre otras.

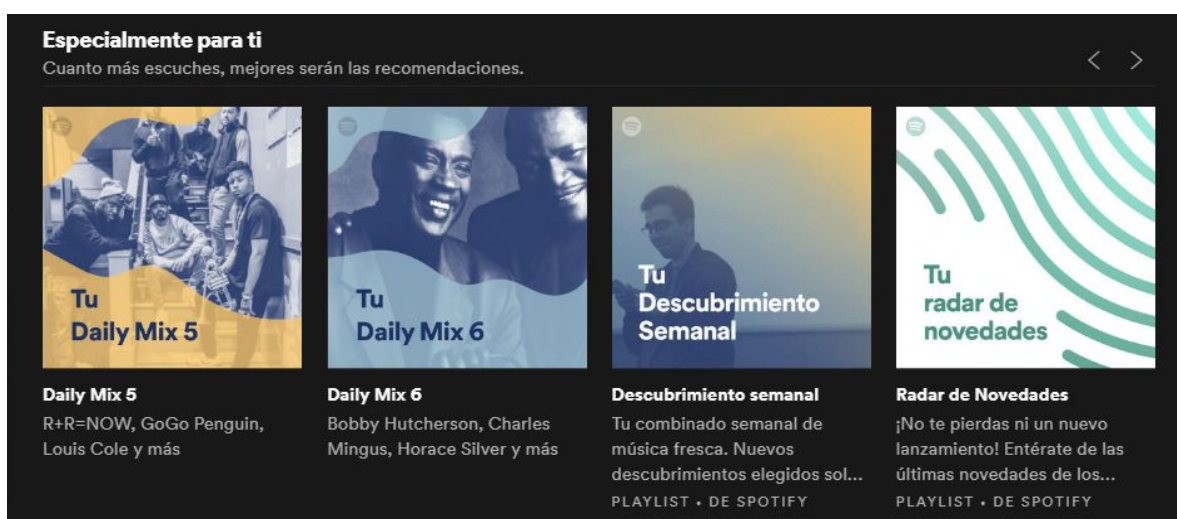
En informática un algoritmo se entiende como un conjunto ordenado de operaciones sistemáticas que permite realizar un cálculo para encontrar la solución a un determinado problema. Este algoritmo se encuentra en una constante evolución para satisfacer las necesidades de los usuarios a través del establecimiento de una red de operaciones que logre llegar a un resultado final.

Dentro de la red social Facebook existe un algoritmo que permite generar contenido en una especie de periódico personalizado donde cada interacción que tiene el usuario con las noticias ayuda a proporcionar más temas similares, es decir, si un usuario interactúa de forma constante con noticias relacionadas al ámbito musical entonces el algoritmo de la plataforma arrojará mayor contenido referente a la música con la finalidad de mantener al usuario en línea por el mayor tiempo posible.

Lo mismo sucede con Spotify, la plataforma conoce los gustos del usuario a través de *likes* (clicks que ayudan a la plataforma a conocer qué contenido le agrada al usuario) que otorga al contenido musical que escucha, es ahí cuando comienza a ofrecer de regreso más artistas, canciones y álbumes que puedan ser compartidos por el oyente y tengan una afinidad en cuanto a la música que usualmente suele reproducir dentro del servicio digital.

La plataforma personaliza a tal grado que las recomendaciones que envía de regreso al usuario suelen contener alguna conexión en particular con la música que ya se ha agregado a su biblioteca virtual de musical, desde artistas que en algún momento han compartido gira mundial, un álbum que haga referencia a otro artista en las letras del mismo, hasta canciones que contengan un fragmento de otra creación (muy referente en el género hip-hop).

Figura 4. Captura de pantalla las *playlists* personalizadas que ofrece la plataforma.



Este modelo de la personalización digital se fusiona con el concepto de la *playlist* para ofrecer al usuario una interacción totalmente personalizada, basta con acceder a la plataforma para encontrar, al inicio de cada semana, una lista de contenido totalmente nuevo para que el oyente escoja las canciones y artistas que pasarán a tomar un lugar dentro de su biblioteca musical.

Este “descubrimiento semanal”, como lo llama la plataforma sueca de *streaming*, encuentra el punto máximo de la individualización y personalización musical pues es el mismo usuario, con la selección musical que realiza, quien ayuda a configurar su propio descubrimiento de música, es decir, mientras más interactúa con la plataforma mejores serán las ofertas para complacer al usuario.

Este hecho supone el desvanecimiento de algunos factores que solían ser recurrentes a la hora de distribuir y recomendar música, tal como son las críticas musicales que solíamos ver en revistas o periódicos, encargadas de valorar y enjuiciar la música desde un punto de vista subjetivo, o algún líder de opinión que sugiriera la reproducción inmediata del nuevo álbum del artista más escuchado del momento.

Estos algoritmos que ayudan a los oyentes a tener una experiencia completamente personalizada podrían convertirlos en sujetos autocomplacientes pues ya no es necesario recurrir a un referente para obtener una recomendación musical o alguna valoración sobre una canción o un álbum en específico, el oyente se convierte en el propio juez, vendedor y patrocinador de la música que escucha gracias a la conjunción de estos elementos que permea en las plataformas de *streaming*.

3.3 Interacción de los oyentes con el hecho musical

❖ Metodología empleada para la investigación de campo

Para comprender la forma en que los oyentes interactúan con el hecho musical, y cómo éste ayuda a crear una identidad con los formatos físicos o digitales de música, se realizó una investigación de campo consistente en la aplicación de un sondeo de opinión que permitiera seleccionar una muestra de 328 personas, dentro de la población de internautas, pertenecientes a la Ciudad de México y el área metropolitana. Una representación que, a grandes rasgos, ayuda a entender la postura ante estas plataformas de *streaming* y cómo se sirven de ellas para generar, modificar o negar esta pertenencia a las subculturas juveniles.

La realización de esta investigación de campo se originó mediante la plataforma *Formularios de Google*⁸⁶, la cual responde a este mundo cada vez más virtual, donde los participantes del sondeo pudieron responder con claridad y facilidad a cada uno de los enunciados emitidos dentro de éste a través de sus dispositivos móviles, en su mayoría, para así generar una base de datos que permitiera comprender de mejor forma su relación actual con la música.

Esta interacción social que gana cada vez mayor terreno dentro del mundo digital comprueba la importancia que tiene nuestra presencia dentro de él gracias a la rapidez con la que se recopiló la muestra. Tan sólo 12 horas después de haberse publicado dentro de diversas plataformas digitales (como Facebook, Twitter, Whatsapp e Instagram) se había logrado obtener más de la mitad de la muestra, esto representa una gran ventaja de los servicios en línea que permiten una conectividad inmediata para alcanzar diversos círculos que pudieran servir como modelo de estudio.

⁸⁶ *Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita*, https://www.google.com/intl/es_mx/forms/about/, 6 de abril de 2019.

La investigación de campo ayudó a comprobar algunos supuestos dentro del estudio, en cuanto a la importancia que actualmente mantienen los formatos físicos frente al universo digital de las plataformas de *streaming* y la manera en que estas últimas se han introducido en los oyentes para configurar su interacción con la música gracias al contacto ininterrumpido que existe dentro de los dispositivos tecnológicos de la época.

Una variable relevante dentro de este estudio fue la edad, ya que representa el dato que ofrece un mejor espectro en cuanto a la forma en que se desarrolla el hecho musical en los jóvenes* es en este grupo donde la música juega un papel importante para la configuración de una identidad.

Dentro de la investigación cerca del 46% de los participantes corresponde a personas entre los 22 y 25 años, lo cual supone el rango de edad de mayor población actual en la capital del país, según la última encuesta intercensal creada en 2015 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), esto implica que sea la población predominante dentro de la Ciudad de México.⁸⁸

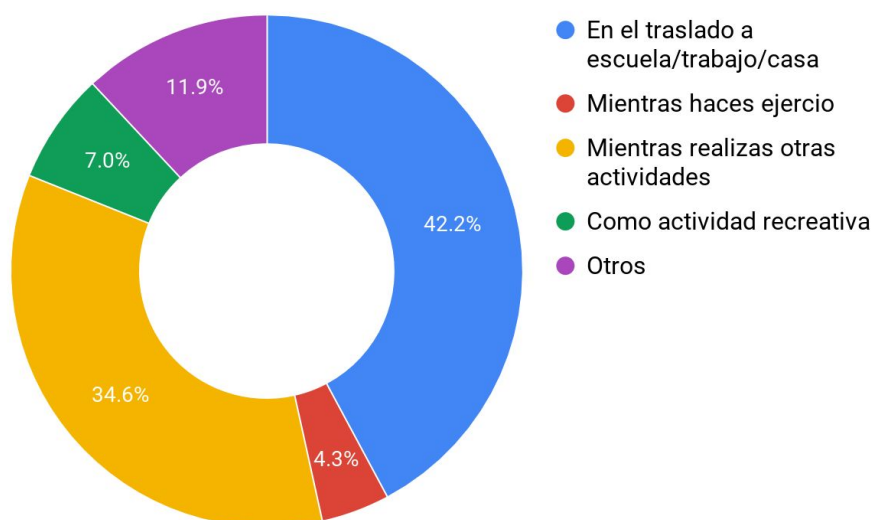
Actualmente la música forma parte importante dentro de las tareas cotidianas de las personas, ya sea como una actividad que se realice en primer plano o como una interacción que brinde la oportunidad de mantener nuestro sentido del oído enfocado mientras se realizan otras tareas, tanto es así que el 37.6% de los participantes escucha música en un lapso de 1 a 3 horas, esto quiere decir que los oyentes permanecen en contacto con el hecho musical durante el tiempo promedio que utilizan para viajar al lugar donde realizan sus actividades.

*Cabe resaltar que dentro del primer capítulo se hizo mención sobre el concepto de juventud que establece el Instituto Mexicano de la Juventud por ser este grupo el cual establece una conexión continua con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

⁸⁸ *Número de habitantes. Ciudad de México*, <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/poblacion/default.aspx?tema=me&e=09>, 12 de abril de 2019.

Esto se reafirma con el porcentaje de personas que realiza una escucha musical en segundo plano, pues el 42.2% de los participantes suele reproducir música durante el traslado que realizan entre su hogar y los lugares donde llevan a cabo sus actividades, tales como trabajo o escuela, es decir, la mayoría de los jóvenes interactúan con el discurso sonoro de forma superficial mientras ejecutan una actividad tan cotidiana como es la movilidad, no se permiten tener una relación profunda con aquello que escuchan pues deben mantener atención primordial a la tarea efectuada en primer plano.

Gráfica 3. *¿Comúnmente en qué contexto te gusta escuchar música?*



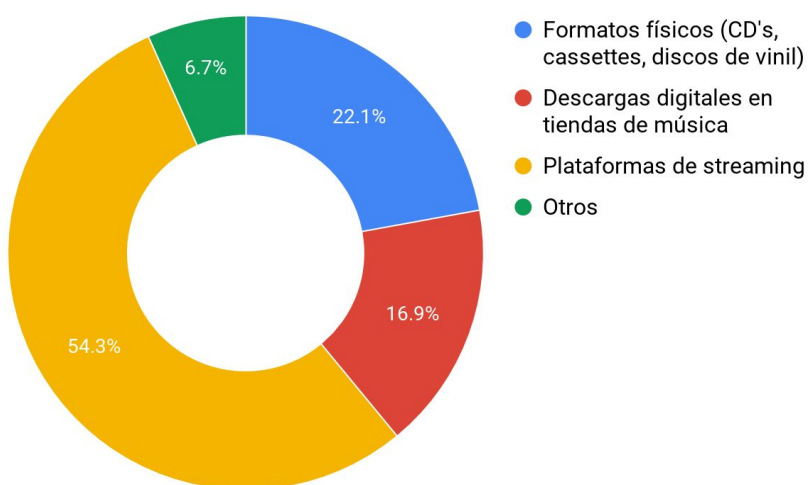
En este mismo enunciado, que sirvió para observar mediante qué contexto disfrutaban de escuchar música los participantes del cuestionario, se comprueba la postura de Umberto Eco anunciada con anterioridad en donde asevera que la música sirve como un trasfondo sonoro para realizar otras tareas domésticas y la deja como un objeto que ya no es de audición consciente.

Tan sólo el 7% de ellos respondió que gusta de escuchar música como una actividad recreativa, ya no se prioriza una escucha atenta y profunda del hecho musical pues la mayoría de los participantes realiza otras actividades en primer plano mientras el discurso sonoro queda delegado como trasfondo para las labores que se ejecutan.

La música pasa entonces a ser un producto más de consumo que se aleja del concepto artístico que suponía en un inicio, es por ello que en la actualidad nos encontramos con un mercado infinito en donde la creación musical toma distintas caras sobre la proyección e impacto que busca generar en los individuos de la sociedad, esa sociedad que día a día impulsa un consumo veloz de las manifestaciones recurrentes en los medios de comunicación.

Un dato que de igual manera reafirma algunos de los planteamientos realizados en la investigación es que, del total de participantes, el 71.2% prioriza el consumo de formatos digitales en lugar de formatos físicos del cual un 54.3% de ellos realiza un gasto directo en las plataformas de *streaming*, es decir, poco más de la mitad prefiere hacer uso de los servicios virtuales para interactuar con la música que escucha.

Gráfica 4. Cuando gastas dinero en música, ¿qué medio es prioridad para ti?



En su contraparte, del porcentaje de jóvenes que consumen formatos físicos, sólo el 8.2% de ellos recurre de manera frecuente o muy frecuente a su adquisición. La materialidad discográfica hoy en día resulta irrelevante para los oyentes gracias a las plataformas de *streaming*, las cuales ofrecen mayores beneficios a menor costo en donde el catálogo musical es el mayor atractivo para los usuarios sumado a la portabilidad que no se puede obtener con los mencionados anteriormente.

En la actualidad, a pesar de no mostrar gran interés por el consumo de CD's, discos de vinil, entre otros, los jóvenes consideran que estos formatos representan un significado más allá de un objeto en desuso ya que el 40.8% de los participantes eligió la pertenencia física que se obtiene a través de esta materialidad discográfica como una cualidad a resaltar para la adquisición de éstos. Se visualizan como algo que puedan poseer sin la necesidad de usar aplicaciones o acceder a algún intermediario para servirse de música.

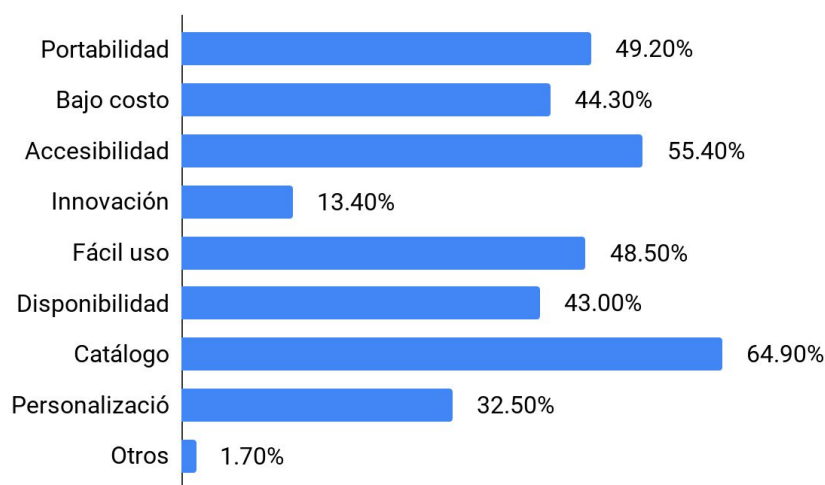
Resulta entonces una paradoja que algunos de los participantes que optaron por la pertenencia como una motivación para adquirir estos formatos sean los mismos que prefieren hacer uso de las plataformas virtuales y que incluso éstas últimas sean más importantes al momento de invertir dinero en el hecho musical, esto no quiere decir que por obligatoriedad deberían consumir formatos físicos con mayor frecuencia sino que actualmente éstos se han convertido en un objeto de colección muy limitada más que una prioridad para interactuar con la música a través de ellos .

A los atributos contenidos en las plataformas de *streaming* se suma también el hecho del uso fácil y casi instintivo que existe dentro de ellas, permiten una universalidad que reduce las limitantes para los usuarios.

Dichas plataformas resultan bastante atractivas gracias a las cualidades superiores que ofrecen con respecto a los formatos físicos, de forma sencilla el catálogo musical por el cual el 64.9% de los encuestados prefiere estos servicios es consecuencia de la facilidad con la cual se pueden comprimir archivos musicales para mantenerlos en el ciberespacio y hacer uso de ellos. (Véase gráfica No. 5)

La gran variedad musical existente dentro de los servicios digitales les permite estar en contacto con miles de millones de canciones de forma cotidiana gracias a la portabilidad que ofrecen, esto ayuda a que los usuarios puedan acceder de forma inmediata a una infinidad de géneros, artistas, álbumes y canciones desde la palma de su mano con simples gestos táctiles.

Gráfica 5. *¿Qué atributos de estas plataformas consideras importantes al consumirlas?*



Hoy la sociabilización de la música recibe estímulos como nunca antes los había observado en toda su historia desde el surgimiento de la industria discográfica, sin embargo, a la gran velocidad con la que ganan popularidad estos servicios digitales se comienza a delegar al hecho musical como un producto de consumo fugaz en donde los usuarios de estas plataformas se permiten, en muy pocas ocasiones, profundizar sobre aquello que escuchan de forma detallada debido a la excesiva oferta que se presenta en ellos de forma constante.

Los fuertes atractivos de la accesibilidad inmediata y el catálogo musical que existen en las plataformas de *streaming* permiten entender el porqué tan sólo el 6.7% de los participantes no accede a ninguna de ellas para escuchar música, es decir, la gran mayoría recurre al uso de al menos una plataforma en específico para interactuar con el hecho musical.

Esto implica que actualmente una parte importante de los jóvenes accede al universo digital para satisfacer sus necesidades musicales gracias a las ventajas que suponen frente a la materialidad discográfica, es debido a los constantes incentivos que reciben dentro del ciberespacio que día con día consumen más música de forma indiscriminada.

En este sentido, que Spotify sea la gran preferida entre los jóvenes participantes del estudio no es una sorpresa ya que, por haber llegado con gran anticipación a este mercado, actualmente es la que más usuarios activos mantiene alrededor del mundo con cerca de 207 millones de los cuales el 46.4% de ellos accede a la plataforma a través de una suscripción de pago.⁸⁹

Es por ello que la investigación se centró en el impacto que ha tenido la plataforma sueca de *streaming* en la industria musical, al ser pionera de estos servicios digitales, el modelo que presenta ha sido replicado en las diferentes ofertas que han surgido con el paso de los años. Esto explica el gran mercado que abarca en la actualidad el cual se debe también a la gratuidad que ofrece el servicio sostenido a través de los anuncios publicitarios.

⁸⁹ *Spotify ya tiene 207 millones de usuarios y casi la mitad paga premium: así luce actualmente la batalla de la música en streaming*, <https://www.genbeta.com/a-fondo/spotify-tiene-207-millones-usuarios-casi-mitad-paga-premium-asi-luce-actualmente-batalla-musica-streaming>, 12 de abril de 2019.

La revolución musical que han traído consigo estas plataformas se ha gestado en su mayoría desde los dispositivos móviles, los cuales hoy nos permiten trasladar nuestra música a donde quiera que sea, es por ello que el 74.5% de los participantes prefiere hacer uso de su teléfono inteligente para acceder a los servicios de *streaming*, es ahí donde encuentran una portabilidad y accesibilidad inmediata para poder interactuar con sus canciones favoritas.

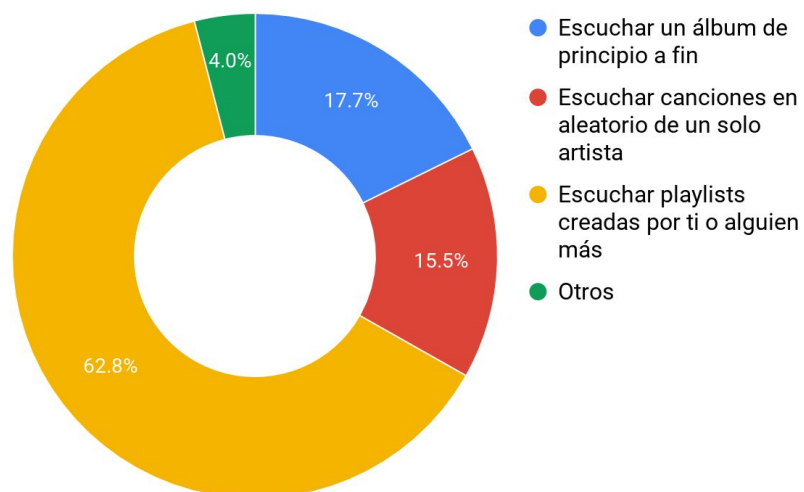
Este hecho enfatiza la gran ventaja que suponen los medios digitales para la reproducción musical pues años atrás, al hacer uso de formatos físicos en un dispositivo portátil, era necesario tener al alcance la biblioteca musical que se quisiera escuchar lo cual implicaba una limitante si se quería acceder a una gran variedad de artistas, álbumes y canciones, cosa que en la actualidad resulta bastante sencilla debido a las cualidades virtuales de los nuevos modelos de distribución musical.

Otro dato interesante que arrojó la encuesta es el gran peso que hoy por hoy se le otorga a esa personalización de la música que se hablaba anteriormente con la llegada de las *playlists*. El 62.8% de los participantes prefiere reproducir música de esta forma y comienza a dejar a un lado el concepto del álbum que surgió durante la evolución de la industria discográfica a mediados del siglo XX.

Es importante observar la relevancia que le otorgan los oyentes a esta forma de interacción musical, dentro de estas listas de reproducción comienzan a desaparecer las etiquetas y géneros musicales otorgados por la misma industria, en ellas se priorizan estados de ánimo o momentos específicos para su escucha. Esto permite analizar cómo las plataformas digitales han ayudado en gran medida al desvanecimiento de las colectividades juveniles debido a la constante oferta musical y la personalización que ofrecen. (Véase gráfica No. 6)

Actualmente los servicios digitales anteponen un consumo fugaz e indiscriminado de música con las opciones de configuración que presentan, los usuarios pueden tener acceso a un catálogo musical muy extenso por lo cual ya no es necesaria una afinidad o relación profunda con ciertos artistas y estilos musicales.

Gráfica 6. ¿Cuál es tu forma favorita de escuchar música?



Esto se comprueba con el porcentaje de encuestados que aún gustan de realizar una escucha detallada de un álbum en su totalidad, únicamente el 17.7% aún prefiere reproducir contenidos musicales en esta modalidad.

Los jóvenes hoy priorizan una interacción superficial con el hecho musical debido a las *playlists* creadas por ellos o un tercero, la personalización que se ofrece dentro de estos servicios permite una relación dispersa con diferentes géneros musicales y es gracias a la extensa oferta de estos servicios digitales que la juventud permanece conectada con un género, álbum o artista durante un breve lapso de tiempo.

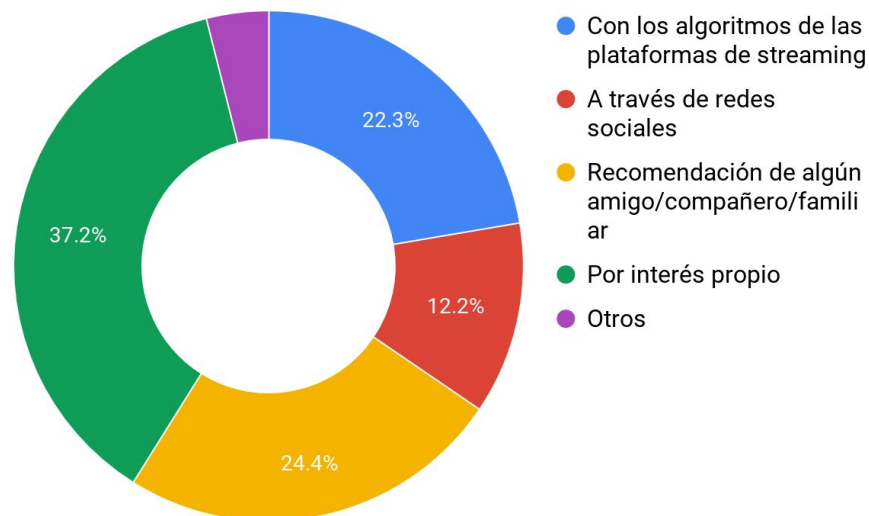
La relación que mantienen los artistas con su público también se ha modificado ya que cada vez es más frecuente la promoción de un número determinado de sencillos antes de poner a disposición un nuevo álbum musical. De igual forma los creadores musicales priorizan la escucha inmediata que se produce en el ciberespacio y le otorgan mayor relevancia a la promoción de estos *singles* con el respaldo que ofrecen los videos musicales.

La finalidad de esta promoción a cuentagotas, que es muy recurrente en la industria musical, ayuda a observar el posicionamiento que tienen los artistas en diferentes mercados alrededor del mundo para guiar el estilo que les permita obtener mayores ingresos, esta fugacidad con la que actualmente se puede interactuar con el hecho musical apoya en gran manera a que los artistas puedan satisfacer continuamente las necesidades de sus oyentes.

Sin embargo, esta constante satisfacción que buscan obtener los creadores musicales con el público los acerca cada vez más a un consumo indiscriminado de música en donde aquello que resulta comercialmente exitoso para las masas está dotado de una fórmula casi infalible en donde prevalecen los ritmos repetitivos que, en muchas ocasiones, adornan mensajes e ideologías que aluden a esa fugacidad e individualidad que se vive constantemente dentro del mundo virtual.

Esta personalización que establecen las plataformas de *streaming* se traduce en la manera en que las personas recurren a descubrir nueva música, el 37.2% del total de los participantes indicó que hace uso de su interés propio para conocer nuevos géneros, artistas o canciones. La respuesta podría parecer muy ambigua en cuanto a lo que define un *interés propio*, sin embargo, esta opción se sugirió para poder enfatizar la individualidad que ha crecido con la llegada de nuevas tecnologías.

Gráfica 7. ¿Cómo sueles descubrir nueva música?



No debemos perder de vista que el ciberespacio es un lugar donde todo está interconectado para ofrecer a los usuarios una experiencia única, según los intereses y experiencias de cada uno, ya se mencionaba con anterioridad que incluso la publicidad que se nos ofrece en las diferentes redes sociales responde a gustos muy particulares que hemos dado a conocer al mundo virtual mediante las interacciones que realizamos con cada visita, like y comentario.

Este interés propio que manifestaron los participantes de la encuesta se crea a partir de las vivencias y experiencias que construyen diariamente. Dentro del universo digital los estímulos y ofertas de contenido que reciben son producto directo de las configuraciones y algoritmos que se producen dentro de ellas, es así como la interacción y relación con otros oyentes se desvanece gracias a la personalización de los servicios digitales.

Esto explica el por qué el 34.5% de los participantes se sirve de este universo digital para el descubrimiento de nuevas manifestaciones musicales y más específicamente que un 22.3% de ellos hace uso de los mismos algoritmos creados en las plataformas de *streaming* pues es ahí donde se gesta todo el conocimiento musical que día con día configuran los oyentes.

El papel de los referentes musicales se ha desvanecido con el paso de los años, esto no implica una anulación de las recomendaciones que realizan amigos, compañeros de escuela o trabajo y miembros de la familia, más bien, la importancia que se le daba a estos actores con anterioridad hoy en día ha perdido relevancia o ya no juega un rol importante para el descubrimiento musical, sólo un 24.4% de los encuestados indicó que aún acude a estas figuras para encontrar nuevos intereses sonoros.

Estos factores son de gran interés ya que ayudan a visibilizar que dentro del universo musical se apela cada vez más a la personalización e individualidad que se genera en las plataformas digitales, se aleja de la colectividad que permitía crear y modificar a las subculturas juveniles pues ahora la música ya no es considerada como un factor importante para pertenecer a algún grupo social, ya no es necesaria esa identificación o diferenciación con la *otredad* porque actualmente predomina la existencia de la singularidad del sujeto que no pertenece ni desea pertenecer hacia los demás.

Las colectividades ahora se gestan a partir de generalidades como lo son la edad, zona geográfica, creencias religiosas, entre otras, y las etiquetas que permitían agrupar segmentos de población de acuerdo a los gustos musicales se han desvanecido con la unicidad que generan las plataformas de *streaming*, dentro de ellas se establece al estado de ánimo como el factor más importante para reproducir música, es decir, los géneros musicales pierden mayor terreno gracias a la fugacidad con la cual se produce la extensa oferta de estos servicios digitales.

Resulta curioso que el 42.2% de los participantes se pronuncien con una afinidad especial hacia el género *rock* el cual se ha adentrado en la cultura mexicana a lo largo de casi setenta años, sin embargo, más adelante aclaran que, a pesar de sentir una relación cercana con este estilo de música, no se declaran miembros de alguna tribu urbana o de alguna agrupación en específico, esto quiere decir que sólo disfrutaban de este género musical sin ser pertenecientes a una colectividad musical.

Que los jóvenes sientan una conexión específica con éste resulta un poco ambiguo gracias a las vertientes que engloba el género, la existencia de tribus urbanas como los *emo* o los *punk* se gestaron en los subgéneros surgidos desde el rock y aún así existía una gran diferencia en las formas en que interactuaban estas dos colectividades juveniles entre sí.

En la actualidad existen un sinnúmero de subgéneros que acoge el rock, configurados a partir de la interrelación y mezcla con otros géneros como la música electrónica, el jazz o incluso posturas religiosas que desde ahí deciden producir creaciones artísticas para llegar a los oídos de sus creyentes. Esta afinidad que sienten los participantes del estudio se puede traducir en una constante evolución de la interacción que mantienen con la música pues a pesar de sentirse identificados con éste género en la actualidad se permiten explorar diversos ritmos y sonidos musicales, es decir, ya no se asocian con una colectividad juvenil que dibuje alguna especie de barrera musical.

En este esquema únicamente el 20.2% de los jóvenes perteneció a alguna tribu urbana con anterioridad, de este porcentaje de los encuestados actualmente todos se han alejado de este tipo de interacciones pues algunos consideran que sus gustos musicales se han diversificado y hoy por hoy ya no encajan dentro de ninguna de éstas, otros más encuentran estos espacios como una configuración exclusiva de la adolescencia por lo cual el concepto les resulta ajeno.

Una de las respuestas del por qué ya no se forma parte de estas entidades colectivas llamó mi atención en particular, el participante afirma que las tribus urbanas son un concepto que se da en contextos de la búsqueda de identidad particularmente en los años de la adolescencia generado a partir de gustos, aficiones, modos de vida y hobbies, sin embargo, en la actualidad ya no se considera partícipe de esta colectividad a pesar de consumir productos y afiches de un mercado en particular.

Esto intuye que el concepto de las tribus urbanas se asocia con una etapa en específico y que, al adquirir mayor edad, esa pertenencia a un grupo determinado se desvanece incluso cuando se consumen música y artículos en particular que sean relacionados con dicha subcultura juvenil. La idea ayuda a comprender entonces la pertenencia que sienten algunos participantes de la encuesta con el género rock sin necesariamente estar dentro de una tribu urbana.

Es decir, aquellos que seleccionaron el género rock como uno al cual sienten una afinidad en especial son en su mayoría personas de entre los 22 y 29 años de edad, esto implica que en alguna etapa de su adolescencia los encuestados navegaron dentro de éste y sus subgéneros para identificarse con los estilos musicales que hoy escuchan, en cambio, actualmente se permiten descubrir nuevas manifestaciones sonoras sin dejar de lado ese primer contacto que tuvieron con la música.

La mayor parte de los que en algún momento pertenecieron a una tribu urbana y que hoy en día ya no sienten afinidad con un grupo social recurren a argumentos similares para afirmar el porqué de esta falta de pertenencia a algún colectivo en específico, se prioriza la diversidad musical sobre lo demás pues la gran cantidad de ofertas musicales existentes en la actualidad les permite disfrutar de entre una selección diversa de géneros y artistas.

La accesibilidad inmediata con la cual contamos actualmente ha ayudado en gran medida a la existencia de esta diversidad musical pues es gracias a ella que los oyentes pueden servirse de un inmenso catálogo de géneros musicales que permitan eliminar esa barrera que suponía la pertenencia a una colectividad, en donde aquél que se sentía identificado con alguna tribu urbana y escuchaba un género totalmente distinto era juzgado por no responder a los valores y estándares que imponían estas mismas agrupaciones sociales.

Es por ello que gran parte de los participantes del sondeo le dio mayor importancia a las plataformas de *streaming* que a los formatos físicos de música, dentro de ellas se puede interactuar con el hecho musical de distintas formas que hace veinte años probablemente nos hubieran parecido inimaginables. En estos servicios digitales los usuarios pueden acceder a un número casi ilimitado de canciones que les ayuden a sonorizar los momentos más importantes de su vida.

Sin duda la llegada de las plataformas de *streaming* ha reconfigurado la manera en que interactuamos con la música, sería muy arriesgado afirmar que en un futuro desplazarán en su totalidad a los formatos físicos, pues éstos últimos aún funcionan como un objeto de culto entre los más fervientes, sin embargo, la relevancia que tienen en la actualidad estas plataformas permite visualizar hacia dónde se dirige el camino de la música en un mundo cada vez más digital.

Conclusiones

El universo virtual en el cual nos situamos en la actualidad continuamente gana mayor terreno en diferentes ámbitos, desde la forma en que nos comunicamos e interactuamos con nuestro entorno, hasta la manera en que nos identificamos y gestamos nuestro conocimiento, cada vez es más fácil enterarse en tiempo real sobre los acontecimientos que suceden alrededor del mundo y aún así mantenerse alejado del mar de información que se genera día con día.

La realización de esta investigación permitió conocer a fondo cómo la llegada de las plataformas de *streaming* ha reconfigurado el paradigma musical en diferentes aspectos desde la parte económica, en donde hemos dado cuenta que los formatos físicos han perdido peso en el consumo mundial, hasta la manera en que los oyentes han generado nuevas formas de interacción con el hecho musical gracias a la personalización que ofrecen los servicios hoy en día.

Con la popularidad que ganan estos servicios digitales se ha observado también cómo las personas cada vez apuestan más por los beneficios que ofrece el acceso inmediato para dejar en última instancia la posesión de bienes materiales, los formatos físicos de música han perdido terreno gracias a la velocidad con la que se vive en el mundo actual repleto de una fugacidad y evolución constante a través de las diferentes manifestaciones culturales y artísticas.

Hablar de la construcción de una identidad requiere de diferentes elementos culturales, étnicos, religiosos, entre otros. El uso de la música como un medio para la configuración de ésta nos remite a visibilizar cómo el decaimiento de la materialidad discográfica ha ayudado a que la individualidad comience a predominar en la manera en que los jóvenes interactúan hoy en día debido a la pérdida de la materialidad discográfica a la que solían dotar de sentimientos y recuerdos.

El análisis descriptivo sobre música, sociedad y comunicación permitió identificar las principales características que muestran la pertenencia a una subcultura juvenil entre las cuales se encuentran la ropa que visten, la música que escuchan y las ideologías que comparten. A mayor abundamiento para conocer cuáles son los principales motivos por los cuales los pertenecientes a estas colectividades juveniles han decidido emigrar a otras ideologías, realizamos una investigación de campo que consistió en la aplicación de un sondeo de opinión entre 328 personas de la población de internautas.

Gran parte de los sujetos de la investigación de campo, que en algún momento pertenecieron a una tribu urbana y ahora no comparten la ideología, consideraron la música como un elemento fundamental para abandonar las etiquetas conferidas entre estos colectivos juveniles pues en la mayoría de los casos consideran que actualmente les resulta irrelevante asociarse con un único género musical gracias a que dentro de las plataformas digitales de música se ofrecen, de forma personalizada, una gran variedad de artistas y canciones a los cuales pueden tener fácil acceso.

Es decir, los jóvenes hoy dan prioridad a la enorme cantidad de ofertas musicales que se encuentran de forma automática en los servicios de *streaming* y dejan de lado la colectividad, esas agrupaciones que encontrábamos años atrás en las tribus urbanas se han desvanecido paulatinamente, incluso en lugares como el Tianguis Cultural del Chopo o la Glorieta de Insurgentes en donde éstas se reunían con frecuencia para convivir y compartir ideologías, música, entre otras cosas.

La individualidad existente entre los jóvenes se debe en gran parte a la personalización de los diferentes servicios de entretenimiento y medios de comunicación que utilizamos para mantenernos en contacto con nuestro entorno diariamente, entramos a las páginas de inicio de estas plataformas y nos hablan en primera persona como si estuvieran ahí única y exclusivamente para nosotros, para satisfacer nuestras necesidades hasta el mínimo detalle.

Nos brindan diferentes opciones musicales según el tiempo del día, para iniciar motivados nuestra lista de actividades o para descansar después de una larga jornada. Las listas de reproducción que se adecúen a nuestras necesidades emocionales se presentan como la oferta más importante con títulos que invitan a la curiosidad a dar click sobre ellas y abandonar todo el mar de ideas que tenemos en ese instante para dejarnos abrazar por el sonido.

Es por ello que actualmente las colectividades han perdido relevancia en un mundo que se deshace cada vez más de las etiquetas que ayudan, en gran medida, a agrupar a un segmento de la población, los jóvenes ahora se definen como entes despersonalizados que se configuran constantemente a través del uso de los medios y dispositivos que están a su alcance sin necesariamente sentirse pertenecientes a un determinado conjunto de la sociedad.

Estas categorizaciones hoy resultan irrelevantes gracias a la internacionalización de conceptos que nos llegan a través de los medios, la juventud puede disfrutar de música creada del otro lado del mundo sin identificarse como un miembro más de un grupo, es gracias a esta globalización de ideas que los jóvenes pueden sentirse participantes de diferentes colectividades sin pertenecer totalmente dentro de ellas.

Es así como hoy por hoy surgen grupos de jóvenes que, gracias a la globalización alimentada por la internet, permanecen en contacto con música creada en el continente asiático (como el K-Pop de Corea del Sur o el J-Pop de Japón) y se relacionan con la cultura de aquellas naciones, sin embargo, la pertenencia que tienen hacia esa manifestación cultural les permite ser participantes activos dentro de las redes sociales, donde interactúan de forma constante, o inactivos en el mundo real, según sean sus necesidades, ya que no se sienten obligados a portar una etiqueta de cierta colectividad.

Las subculturas juveniles como solíamos conocerlas se han desvanecido en el mar de información que se genera diariamente, es gracias a esta industria fonográfica que los oyentes de todo el mundo buscan saciar su necesidad musical de forma constante al consumir indiscriminadamente todo aquello que se encuentra en las plataformas de *streaming*. Ya no es necesario sentirse parte de un grupo o género musical en específico en un mundo que ahora le permite estar conectado con absolutamente todo lo que le rodea de forma constante.

En el desarrollo de la investigación pudimos comprobar que en la actualidad los jóvenes priorizan el extenso catálogo musical que se ofrece dentro de los servicios digitales de música con lo cual ya no es necesario encasillarse en un género o artista en particular para la configuración de una identidad musical. Hoy les resulta más cómodo disfrutar de una gran variedad de canciones que puedan incluir dentro de una lista de reproducción que ayude a satisfacer sus necesidades sonoras según su estado de ánimo y no tanto por las ideologías manifestadas dentro de las tribus urbanas.

La materialidad de los formatos musicales presentaba algunas limitantes al momento de interactuar con ellos, resultaba complicado acceder a la gran oferta presentada por la industria gracias a los precios impuestos por ella, esto ocasionaba que la relación y conexión en torno a la música se mantuviera alejada de ciertos géneros y artistas para los cuales no había espacio, o dinero, dentro de la biblioteca musical que gestaba cada individuo en particular.

En cuanto a la hipótesis planteada resulta verdadera pues la música se transforma en un producto de consumo y deja de lado la manifestación artística gracias a la enorme oferta que se produce diariamente. Con la evolución de los ordenadores y la internet, cada vez es más fácil tener acceso a información que permite generar un conocimiento para crear contenido musical desde cero, esto estimula el surgimiento nueva música de forma constante.

Es gracias a esa fugacidad latente en la distribución musical, que los oyentes de todo el mundo construyen relaciones de poca profundidad con aquello que escuchan, cada vez es más difícil crear una conexión a detalle con artistas, álbumes o canciones en específico. A las bibliotecas musicales (que hoy se configuran de forma virtual) se les adhieren elementos de forma casi remota por lo cual resulta complicado, en algunos casos, asimilar esas obras musicales con momentos, sensaciones o situaciones en específico.

Esta ausencia de profundidad en las relaciones creadas hacia la música que escuchan los usuarios de estas plataformas les permite también adentrarse en nuevos géneros musicales que de otra forma no hubieran tenido oportunidad de conocer, debido a las limitantes que representaba la adquisición de formatos físicos, este es un punto de partida para entender cómo esta evolución ha guiado un nuevo camino para que los artistas puedan descubrir nuevos ritmos, géneros y estructuras musicales que sirvan al momento de crear nuevas obras.

La investigación aporta una visibilización de la reconfiguración de los géneros musicales como los conocemos actualmente, con la llegada del mundo virtual hoy comienzan a borrarse también las barreras de la categorización que les brindan los diferentes espacios dedicados a la música. La existencia de las etiquetas musicales ha evolucionado al grado de encontrar canciones que resultan difíciles de clasificar, los artistas buscan reinventarse con sus creaciones de forma constante gracias a la oportunidad que ofrecen los oyentes de convertirlos en algo comercialmente exitoso.

Esto se debe a la comunicación constante que pueden establecer los creadores musicales con oyentes de todo el mundo, dentro de las plataformas virtuales se ofrece la oportunidad de arrojar estadísticas para observar los resultados que obtiene su música alrededor del planeta, en qué país son escuchados con mayor frecuencia para incluirlos dentro de la siguiente gira mundial o cuáles son las canciones más reproducidas para interpretarlas en el próximo concierto, sin duda alguna esto significa una interacción inmediata entre artistas-oyentes para poder satisfacer las necesidades del público.

Gracias a esta prioridad que se le da al mundo digital los artistas hoy buscan la forma de extender esa identidad visual, que se construía dentro de la materialidad discográfica, a través de diferentes medios como lo son los videos musicales que sirven para promocionar el último sencillo disponible, algunos más utilizan las diferentes plataformas virtuales como las redes sociales para mostrar los ideales y conceptos que se vierten dentro de las obras creadas por ellos.

Esto permite identificar cómo la evolución constante de los creadores musicales ha comenzado a guiar la relación entre artistas-oyentes a la invención de nuevas formas de producción y distribución que generen una experiencia personalizada en la cual los involucrados puedan satisfacer plenamente sus necesidades gracias a la constante comunicación que se genera en el mundo digital.

Fuentes de consulta

Bibliográficas

- ❖ Ball, Philip, (2010), *El instinto musical: Escuchar, pensar y vivir la música*. Madrid. Editorial Turner.
- ❖ Bertetti, Paolo, (2009), *La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica*, Buenos Aires, La Crujía.
- ❖ Boas, Franz, (2011), *Cuestiones fundamentales en antropología cultural*, Buenos Aires, Editorial Solar.
- ❖ Carlón, M. y Scolari C., (2009), *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*, Buenos Aires, La Crujía.
- ❖ Delgado, Lola y Lozano, Daniel, (2010), *Tribus Urbanas*, Ciudad de México, La esfera de los libros.
- ❖ Eco, Umberto, (2001), *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen y Tusquets.
- ❖ Frith, Simon, (1981), *Efectos de sonido*, Nueva York, Panteón.
- ❖ Fubini, Enrico, (2001), *Música y lenguaje en la estética contemporánea*, Madrid, Alianza.
- ❖ Hall, S. & Du Gay, P., (2003), *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires, Amorrortú.
- ❖ Katz, Mark, (2004), *Capturing sound: how technology has changed music*, Berkeley, University of California Press.
- ❖ Prado Aragonés, J. Pérez Rodríguez, A. y Galloso Camacho, Ma., (2003), *La galaxia digital. Lenguaje y cultura sin fronteras en la era de la globalización*, Valencia, Grupo Editorial Universitario.
- ❖ Rifkin, Jeremy, (2000), *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Barcelona, Paidós.
- ❖ Roszak, Theodore, (1970), *El nacimiento de una contracultura*, Barcelona, Editorial Kairós.

- ❖ Simmel, Georg, (2003), *Estudios psicológicos y etnológicos sobre música*, Buenos Aires, Gorla.
- ❖ Weber, Max, (2015), *Los fundamentos racionales y sociológicos de la música*, Madrid, Tecnos.

Tesis

- ❖ Angel, R; Camus, S y Mansilla, C., *Plan de Apoyo técnico musical dirigido a los profesores de Educación General Básica, principalmente en NB1 y NB2. Tesis de Pregrado*, Universidad de Playa Ancha, Chile. 2008.
- ❖ Pulido, Paloma, *Las tribus urbanas como una identidad que adoptan los adolescentes de la Escuela Secundaria Técnica N. 30*, Tesis para obtener el título de Licenciada en Trabajo Social, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014.
- ❖ Torres, Luis, *La Música como un Medio Alternativo de Comunicación Ligado a la Revolución y la Reconfiguración Social*, Tesis para obtener el título de Licenciado en Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México, 2016.

Hemerográficas

- ❖ Cabello, Antonio, *El sonido de la cultura postmoderna. Una aproximación desde la sociología*, Saberes. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales, s.f., vol. 2, p. 10.
- ❖ Campos, José, *Procesos interculturales en la comunicación digital y las transformaciones de la industria musical*, Revista Sphera Pública, s.f., núm. 4, pp. 101-118.
- ❖ Hormigos, Jaime, *Distribución musical en la sociedad de consumo: La creación de identidades culturales a través del sonido*, Revista Comunicar, s.f., vol. XVII, núm. 34, pp. 91-98.
- ❖ Hormigos, Jaime, *La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina*, Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, s.f., núm. 14, pp. 75-84.
- ❖ Hormigos, Jaime y Cabello, Antonio, *La construcción de la identidad juvenil a través de la música*. Revista española de sociología, s.f., núm. 4, pp. 259- 270.

- ❖ Márquez, Israel, *Música y materialidad discográfica en la era del acceso*, Revista Razón y Palabra, s.f., vol. 17, núm. 79, pp. 2-18.
- ❖ Martínez, Dulce, *Identidad, juventud y música pop*, Revista Tramas, s.f., núm. 31, pp. 169-184.
- ❖ Palomares, José, *Comunicar la música*, Revista Comunicar, s.f., núm. 23, pp. 13-16.
- ❖ Ramírez, Rogelio, *Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social*, Revista Sociológica, s.f., núm. 60, pp. 243-270.
- ❖ Reguillo, Rossana, *Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa*, Revista Nueva época, s.f., núm. 18, pp. 135-171.
- ❖ Rubio, Ángeles y San Martín, Ma. Ángeles, *Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias*, Revista de estudios de juventud, s.f., núm. 96, pp. 197-213.

Cibergráficas

- ❖ *Chacas, tribu urbana que baila reguetón*, http://www.zocalo.com.mx/new_site/articulo/chacas-tribu-urbana-que-baila-regueton, 1 de marzo de 2019.
- ❖ *'Chakas': ámalos, ódialos o comprendelos*, <https://www.chilango.com/ciudad/chakas-amalos-odialos-o-comprendelos/>, 1 de marzo de 2019.
- ❖ *Cómo llevar tu música a una playlist de Spotify o Apple Music*, <https://musicodiy.com/como-llevar-tu-musica-a-una-playlist-de-spotify-o-apple-music/>, 10 de abril de 2019.
- ❖ *Emile Berliner, inventor del gramófono*, <https://musicaenmexico.com.mx/emile-berliner-inventor-del-gramofono/>, 13 de marzo de 2019.
- ❖ *Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita*, https://www.google.com/intl/es_mx/forms/about/, 6 de abril de 2019.

- ❖ Gabriel Duarte, *Definición de P2P (Peer to peer)*, <https://www.definicionabc.com/tecnologia/p2p-peer-to-peer.php>, 18 de marzo de 2019.
- ❖ *Global Music Report 2017*, <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>, 25, marzo 2017.
- ❖ *Global Music Report 2018*, <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2018.pdf>, 25, marzo 2017.
- ❖ *Global Music Report 2019*, <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2019.pdf>, 6 de abril de 2019.
- ❖ *Hace 16 años nació el formato MP3*, <https://www.muyinteresante.com.mx/historia/formato-mp3/>, 13 de marzo de 2019.
- ❖ *Hoy hace quince años, Metallica demandó a Napster*, <https://www.fayerwayer.com/2015/04/hoy-hace-quince-anos-metallica-demando-a-napster/>, 18 de marzo de 2019.
- ❖ *Informe Mundial de la Música*, https://www.ifpi.org/downloads/GMR2016_Spanish.pdf, 23 de marzo de 2019.
- ❖ Jody Rosen, *Researchers Play Tune Recorded Before Edison*, <https://www.nytimes.com/2008/03/27/arts/27soun.html>, 13 de marzo de 2019.
- ❖ *La historia de la rockola en México*, <https://www.lacronica.com/EdicionOnline/Notas/LoCurioso/21012014/799420-La-historia-de-la-rockola-en-Mexico.html>, 13 de marzo de 2019.
- ❖ Meaghan Haire, *The Walkman*, <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1907884,00.html>, 13 de marzo de 2019.
- ❖ *México, cuarto país con más usuarios en Spotify*, <https://www.dineroenimagen.com/2015-04-18/54172>, 20 de marzo de 2019.
- ❖ *Mexico City Is Now the World's Music-Streaming Mecca*, <https://newsroom.spotify.com/2018-11-19/mexico-city-is-now-the-worlds-music-streaming-mecca/>, 27 de Marzo de 2019.
- ❖ *Motorola ROKR E1*, https://www.gsmarena.com/motorola_rokr_e1-1273.php, 20 de marzo de 2019.

- ❖ *North American Phonograph Company*,
<https://www.loc.gov/programs/national-recording-preservation-plan/tools-and-resources/history/north-american-phonograph-company/>, 13 de marzo de 2019.
- ❖ *Número de habitantes. Ciudad de México*,
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/poblacion/default.aspx?tema=me&e=09>, 12 de abril de 2019.
- ❖ Patrik Wikström, *La industria musical en una era de distribución digital*,
<https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>, 18 de marzo de 2019.
- ❖ Primavera Téllez, *Los oscuros góticos*,
http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_7331000/7331141.stm, 1 de marzo de 2019.
- ❖ *Qué ha quedado de la cultura Napster en el internet y la sociedad de hoy*,
<https://www.xataka.com/aplicaciones/que-ha-quegado-de-la-cultura-napster-en-el-internet-y-la-sociedad-de-hoy>, 18 de marzo de 2019.
- ❖ *¿Qué es ser joven?*,
<https://www.gob.mx/imjuve/articulos/que-es-ser-joven?idiom=es>, 25 de febrero de 2019.
- ❖ *¿Quién inventó el reguetón?*,
<https://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/quien-invento-el-regueton-431474876554>, 1 de marzo de 2019.
- ❖ Rolando Ángel, *La música y su rol en la formación del ser humano*.
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/122098>, 5 de marzo de 2019.
- ❖ Sara Revilla, *Música e identidad: procesos de adaptación y re-significación lejos del hogar*,
https://www.researchgate.net/publication/266373753_Musica_e_Identidad_procesos_de_adaptacion_y_re-significacion_lejos_del_hogar, 10 de febrero 2018.
- ❖ *Spotify conmemora Movimiento del 68 con un podcast*,
<https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Spotify-conmemora-Movimiento-del-68-con-un-podcast-20181001-0110.html>, 28 de marzo de 2019.
- ❖ *Spotify tiene a 9 de cada 10 usuarios de streaming musical en México*,
<https://www.elfinanciero.com.mx/tech/spotify-tiene-a-9-de-cada-10-usuarios-de-streaming-musical-en-mexico>, 27 de marzo de 2019.

- ❖ *Spotify ya tiene 207 millones de usuarios y casi la mitad paga premium: así luce actualmente la batalla de la música en streaming,*
<https://www.genbeta.com/a-fondo/spotify-tiene-207-millones-usuarios-casi-mitad-paga-premium-asi-luce-actualmente-batalla-musica-streaming>, 12 de abril de 2019.

- ❖ *Tribus Urbanas: Los Punks*
<https://www.cibercorresponsales.org/perfiles/punkis-a/blogs/tribus-urbanas-los-punks>, 1 de marzo de 2019.

- ❖ *Victor Osorio, iPod: la revolución musical estaba en el bolsillo de Steve Jobs,*
<http://www.expansion.com/directivos/2015/08/10/55c8d9a046163f13688b458c.html>, 16 de marzo de 2019.

Anexos

Introducción al cuestionario



The image shows a screenshot of a Google Form titled "Identidad musical". The form has a white background with a light orange border. At the top, there are colorful icons representing musical instruments: a drum, a saxophone, a piano, and a guitar. The main text of the form reads: "El propósito de esta investigación es identificar tus hábitos de consumo de música y la forma en que interactúas con ella para crear una identidad cultural musical." Below this text is a button labeled "SIGUIENTE". At the bottom of the form, there is a disclaimer: "Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google." and a footer that says "Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)". The Google Form logo is visible at the bottom of the page.

En la primera ventana que aparece dentro del formulario se informó a los participantes la finalidad de su realización.

La interfaz *Google Formularios* ayudó a que los sujetos de estudio pudieran brindar datos relevantes para la investigación de forma segura e intuitiva al seleccionar las opciones mostradas en cada enunciado.

Rangos de edad



Identidad musical

Selecciona un rango de edad.

menos de 18 años

18 a 21 años

22 a 25 años

26 a 29 años

más de 29 años

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

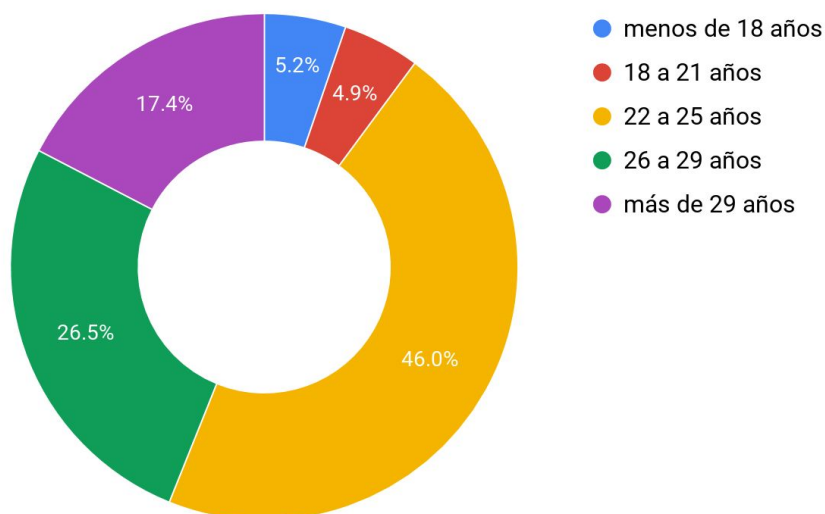
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Google Formularios

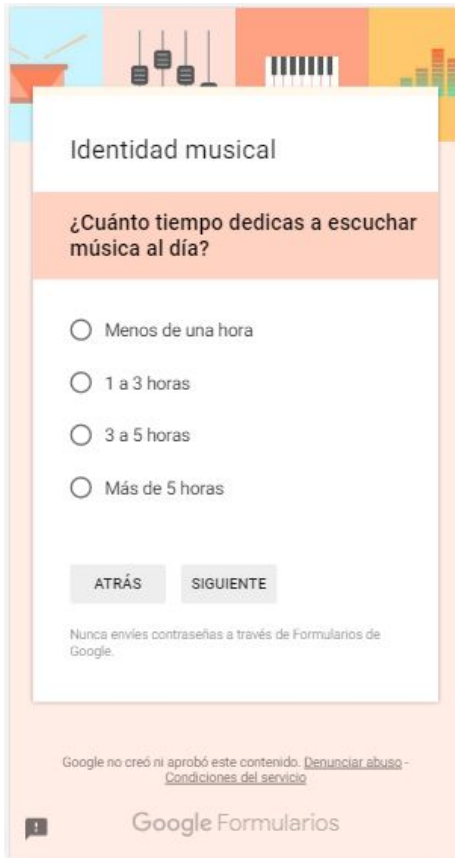
El primer enunciado del cuestionario sirvió para conocer los rangos de edad entre los participantes del estudio.

La selección de las diferentes opciones de edad se hizo con base en la definición de *juventud* de acuerdo con la Ley del Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve).

El seguimiento se realizó en diferentes segmentos ya que la plataforma no permite el acceso de datos numéricos exactos lo cual supondría una limitante al momento de graficar la información.



Tiempo de escucha



Identidad musical

¿Cuánto tiempo dedicas a escuchar música al día?

Menos de una hora

1 a 3 horas

3 a 5 horas

Más de 5 horas

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)

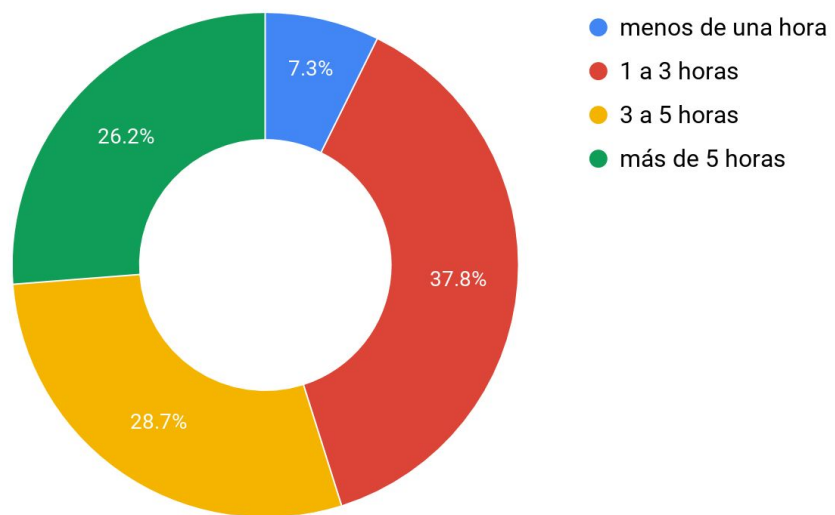
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

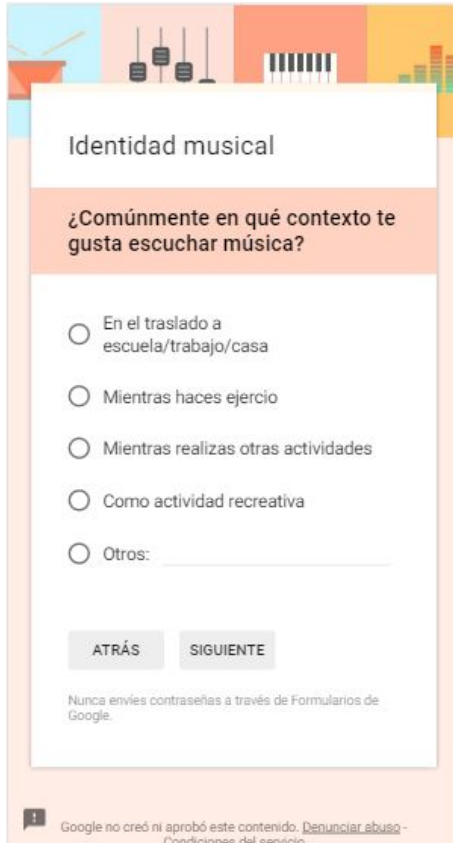
Google Formularios

La tercera ventana del cuestionario sirvió como la primera interrogante musical de la investigación. Para la realización del sondeo era de suma importancia identificar el tiempo que dedican los participantes a interactuar con el hecho musical pues gracias a ello se podría conocer la relevancia que le otorgan a la música dentro de sus actividades cotidianas.

La segmentación de las opciones se hizo de acuerdo al tiempo que utilizan las personas para trasladarse a sus lugares de trabajo o escuela y cifras arrojadas por las plataformas que indican que los usuarios utilizan el servicio durante 4 horas en promedio.



Contexto musical



Identidad musical

¿Comúnmente en qué contexto te gusta escuchar música?

En el traslado a escuela/trabajo/casa

Mientras haces ejercicio

Mientras realizas otras actividades

Como actividad recreativa

Otros: _____

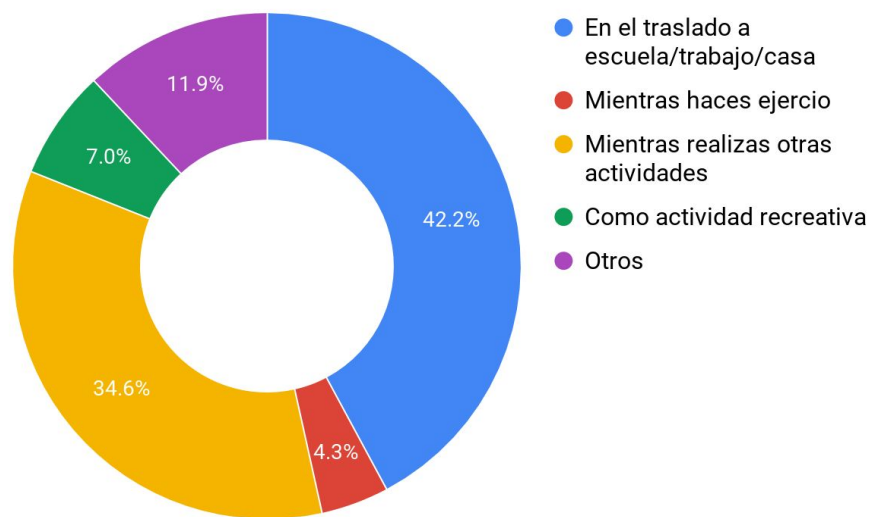
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

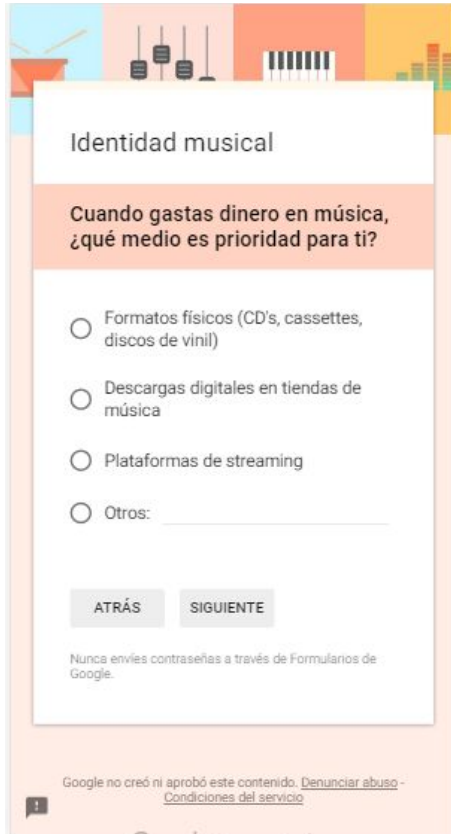
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - Condiciones del servicio

La segunda interrogante musical permitió conocer la manera en que los oyentes interactúan con el discurso sonoro, es gracias a este enunciado que se pudo comprobar cómo el hecho musical se ha convertido en una actividad que se realiza mayormente en segundo plano.

Las opciones mostradas responden a aquellas situaciones que forman parte del quehacer de las personas en la rutina cotidiana y un contexto en donde la escucha musical permanece como una actividad en primer plano.



Economía del discurso sonoro



Identidad musical

Cuando gastas dinero en música, ¿qué medio es prioridad para ti?

- Formatos físicos (CD's, cassettes, discos de vinil)
- Descargas digitales en tiendas de música
- Plataformas de streaming
- Otros: _____

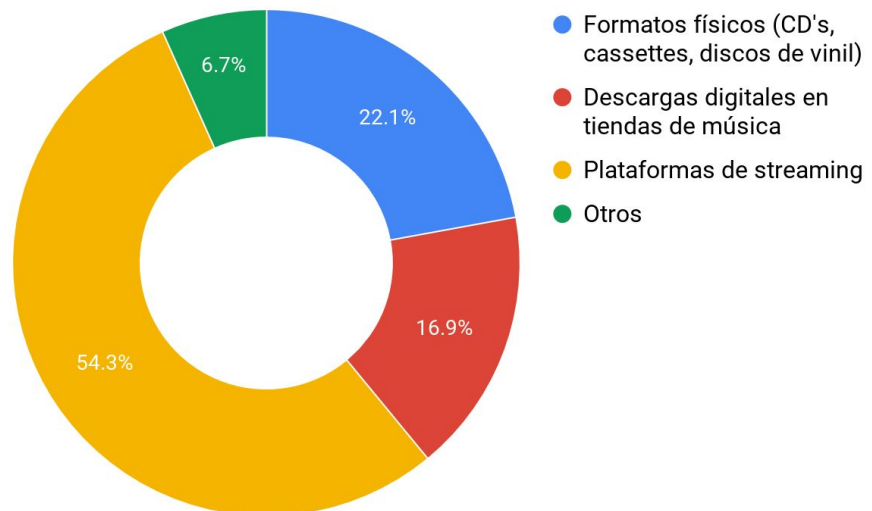
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

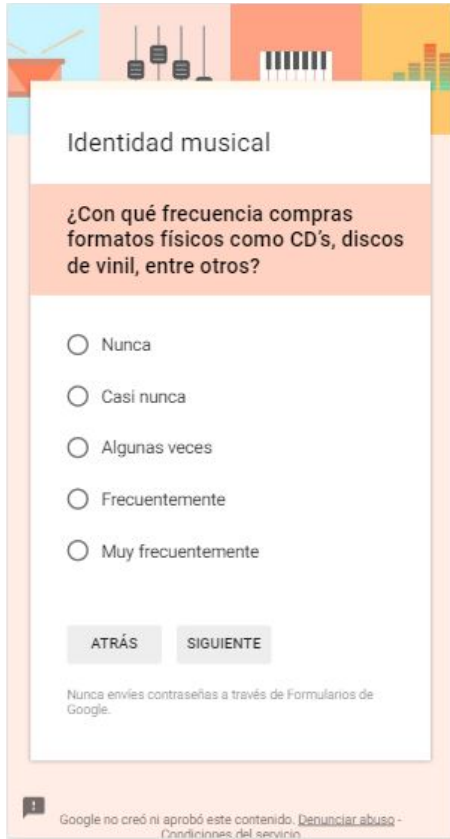
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Dentro de este enunciado se pudo notar la popularidad que han ganado las plataformas de *streaming* y cómo los formatos físicos han perdido terreno frente a los formatos digitales de música.

Se realizó una distinción entre las descargas digitales de música y las plataformas, pues las primeras se entienden como un servicio que ofrece la pertenencia total de los archivos de música al contrario de la funcionalidad de las plataformas de *streaming*.



Relevancia de los formatos físicos



Identidad musical

¿Con qué frecuencia compras formatos físicos como CD's, discos de vinil, entre otros?

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Frecuentemente

Muy frecuentemente

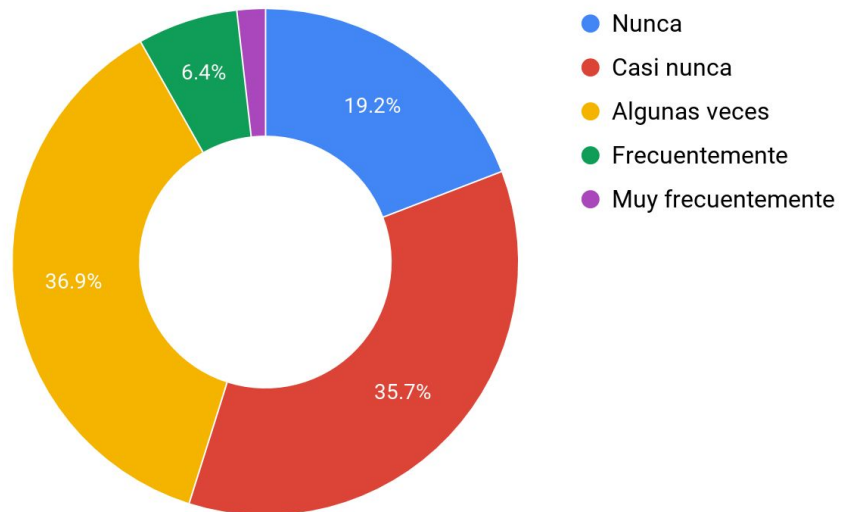
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

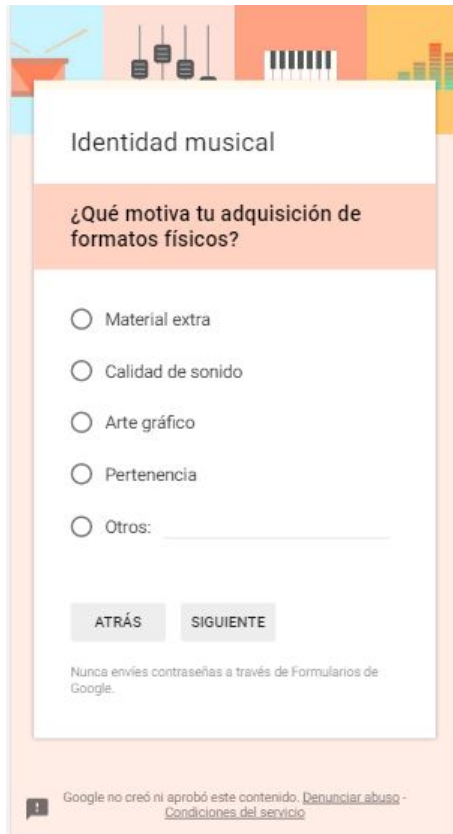
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - Condiciones del servicio

Esta interrogante ayudó a reafirmar que los formatos físicos de música han perdido relevancia frente al terreno digital. En muy pocas ocasiones los oyentes se sirven de los formatos físicos de forma constante para configurar su biblioteca musical.

La temporalidad mostrada en las opciones permite conocer, a grandes rasgos, con qué frecuencia los participantes consumen este tipo de formatos musicales.



Adquisición de formatos físicos



Identidad musical

¿Qué motiva tu adquisición de formatos físicos?

Material extra

Calidad de sonido

Arte gráfico

Pertenencia

Otros: _____

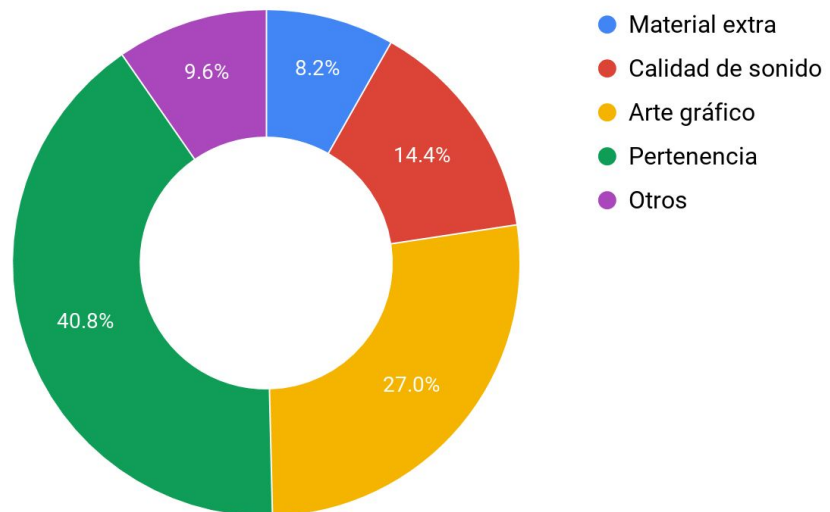
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Para darle seguimiento al tema de la materialidad discográfica, y la manera en que ayuda a los oyentes a establecer una interacción constante con el hecho musical, se planteó esta interrogante que permitió conocer las características que son importantes para los oyentes al momento de consumir formatos físicos de música.

Entre las que destacan se encuentra la pertenencia que ofrece dicha materialidad que contrasta con la virtualidad establecida dentro de las plataformas de *streaming*.



Plataformas de streaming

Identidad musical

¿Qué plataforma de streaming utilizas regularmente para escuchar música?

Spotify

Apple Music

Deezer

Google Play Music

Ninguna

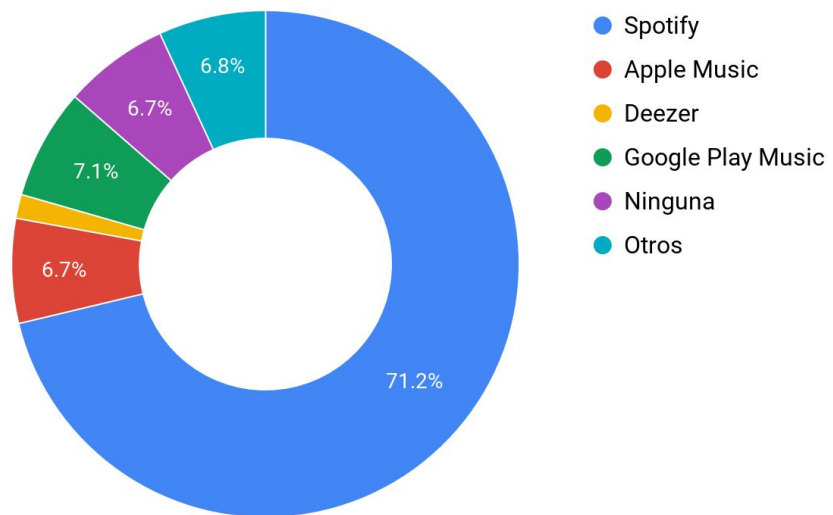
Otros: _____

ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este enunciado ayudó a comprobar que actualmente Spotify es el servicio de *streaming* más utilizado por los jóvenes en nuestro país. Esto responde al por qué fue seleccionada como la plataforma de estudio para el desarrollo de la investigación.

Dentro de la lista de opciones se incluyen también algunas de las plataformas de *streaming* más populares del mercado que han logrado acaparar un número considerable de usuarios en los últimos años.



Dispositivos musicales



Identidad musical

¿Cuál es tu dispositivo favorito para escuchar música vía streaming?

Smartphone

Computadora

Smart TV

Tableta u otro dispositivo electrónico

Otros: _____

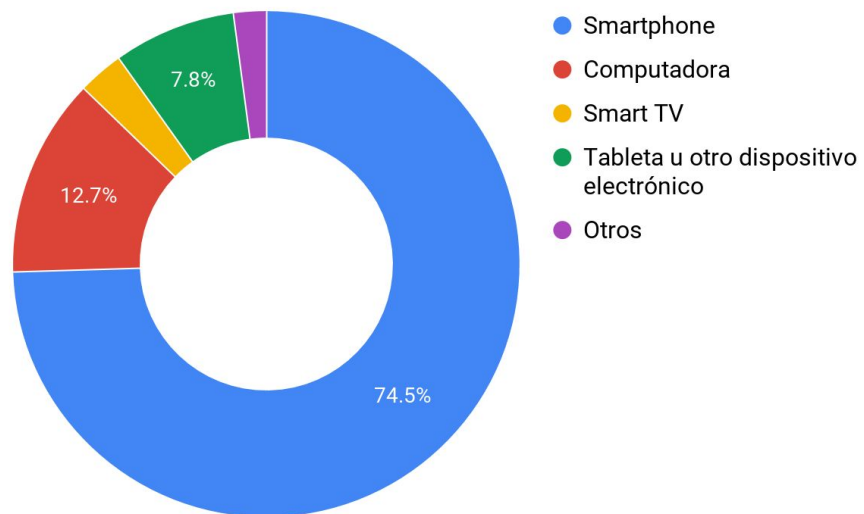
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

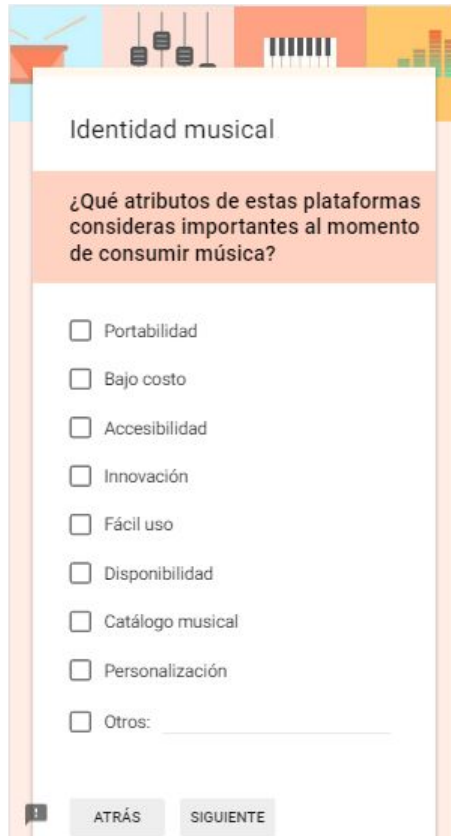
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Gracias a esta interrogante se pudo conocer cuál es el dispositivo más utilizado por los jóvenes para interactuar con el discurso sonoro de forma constante.

Las opciones mostradas en este enunciado corresponden a los dispositivos más utilizados para interactuar de forma cotidiana en la actualidad y dentro de los cuales se encuentran las aplicaciones para reproducir música vía *streaming*.



Atributos digitales



Identidad musical

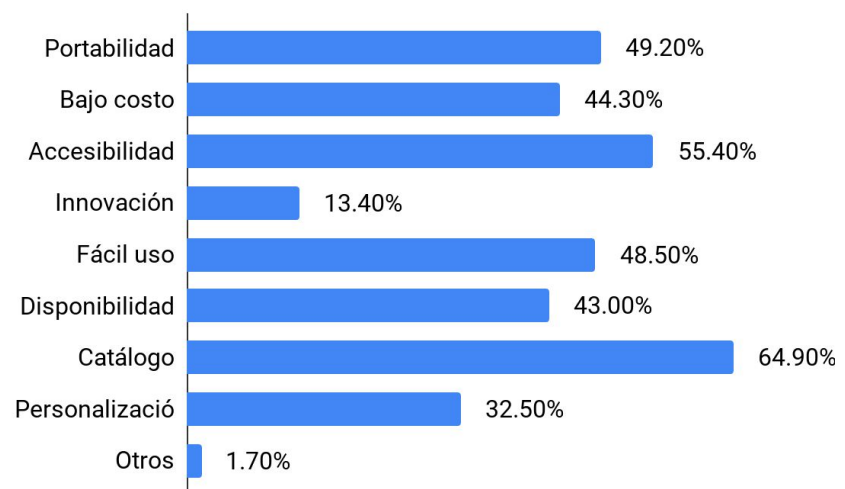
¿Qué atributos de estas plataformas consideras importantes al momento de consumir música?

- Portabilidad
- Bajo costo
- Accesibilidad
- Innovación
- Fácil uso
- Disponibilidad
- Catálogo musical
- Personalización
- Otros: _____

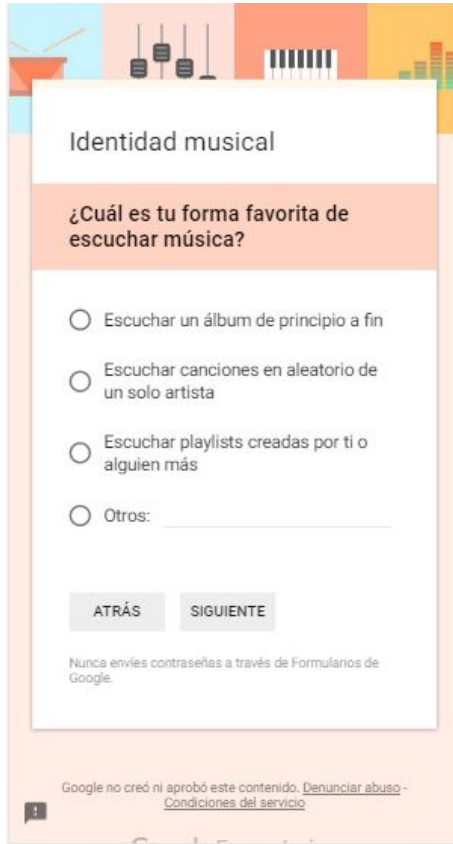
ATRÁS SIGUIENTE

En este enunciado los participantes tuvieron la oportunidad de elegir cuáles son los atributos de las plataformas de *streaming* que resultan más importantes al momento de consumir música a través de este medio.

Se consideraron las características más relevantes encontradas en dichas plataformas según los anuncios publicitarios que ofrecen.



Interacción con la música



Identidad musical

¿Cuál es tu forma favorita de escuchar música?

Escuchar un álbum de principio a fin

Escuchar canciones en aleatorio de un solo artista

Escuchar playlists creadas por ti o alguien más

Otros: _____

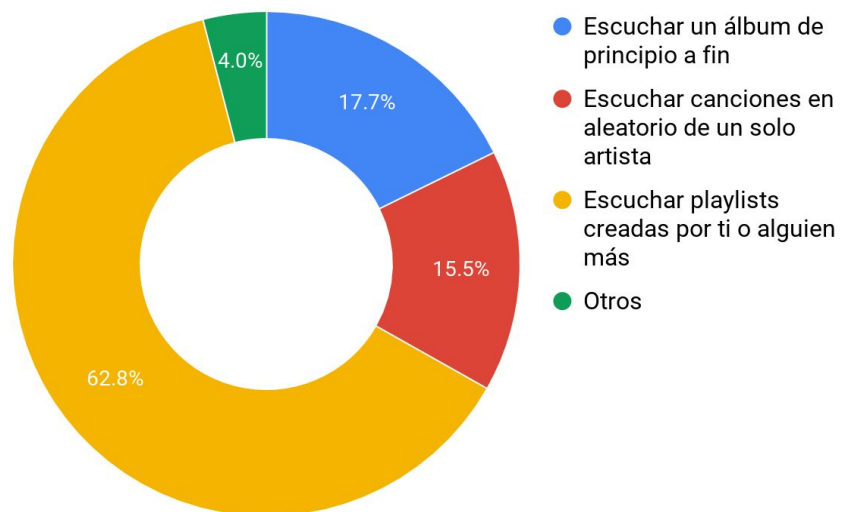
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

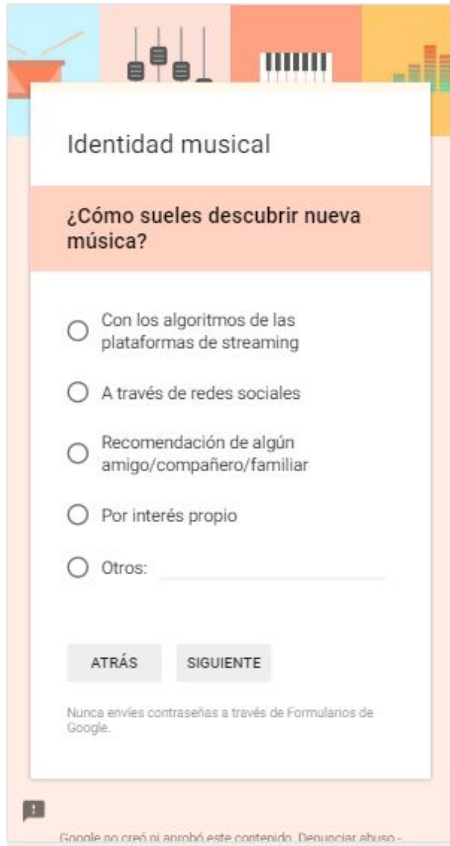
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Esta interrogante permitió conocer la manera en que los oyentes interactúan con el discurso sonoro en la actualidad y la relevancia que le otorgan al concepto del álbum musical.

Las opciones dentro de este enunciado responden a las diferentes modalidades que se encuentran en las plataformas de *streaming* para escuchar música.



Descubrimiento sonoro



Identidad musical

¿Cómo sueles descubrir nueva música?

- Con los algoritmos de las plataformas de streaming
- A través de redes sociales
- Recomendación de algún amigo/compañero/familiar
- Por interés propio
- Otros: _____

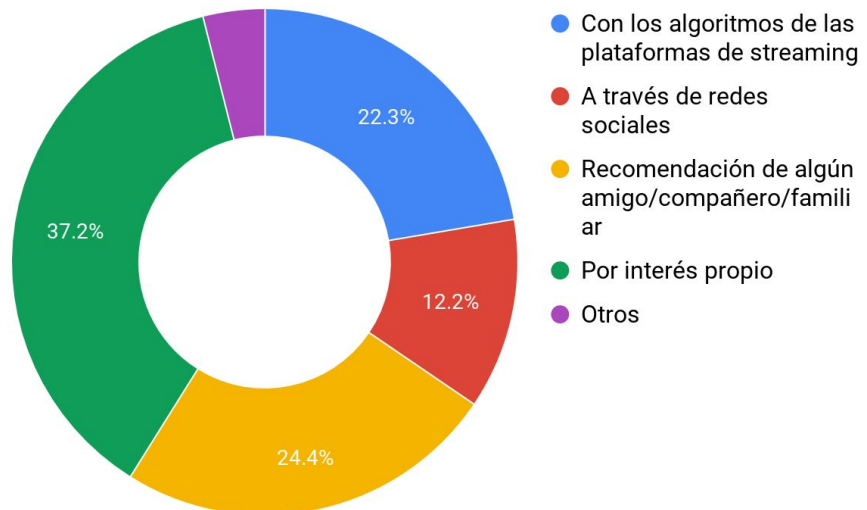
ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

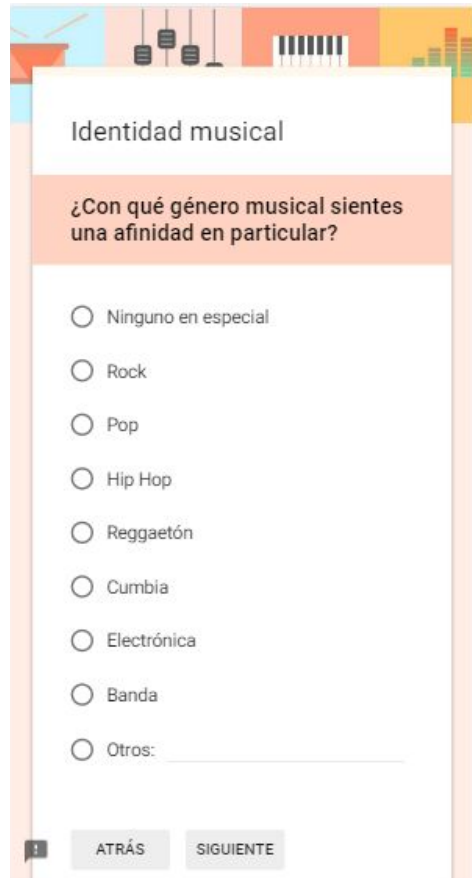
Google no creó ni aprobó este contenido. Denunciar abuso...

Para comprobar cómo la personalización existente dentro de las plataformas de *streaming* ha modificado la interacción musical se planteó esta interrogante que permitió conocer cómo se relacionan los participantes con otros oyentes para interactuar y compartir música.

En las opciones se muestran algunas de las formas más frecuentes para descubrir música actualmente.



Afinidad musical



Identidad musical

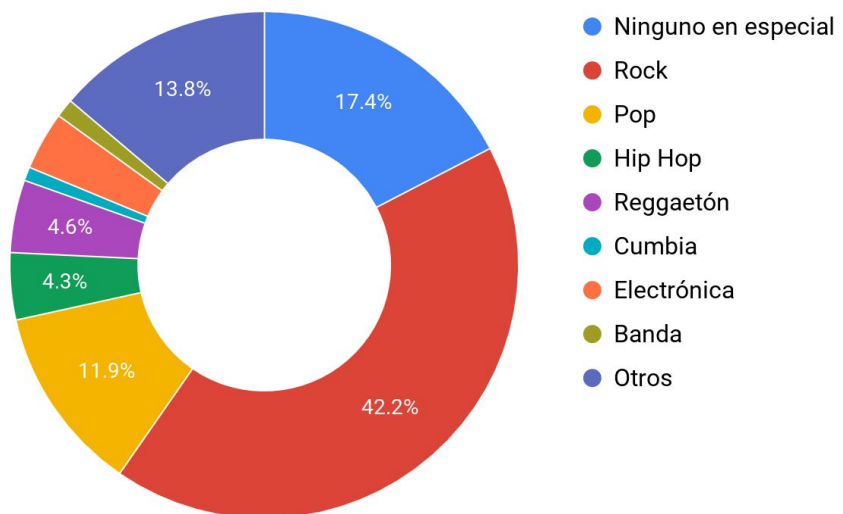
¿Con qué género musical sientes una afinidad en particular?

- Ninguno en especial
- Rock
- Pop
- Hip Hop
- Reggaetón
- Cumbia
- Electrónica
- Banda
- Otros: _____

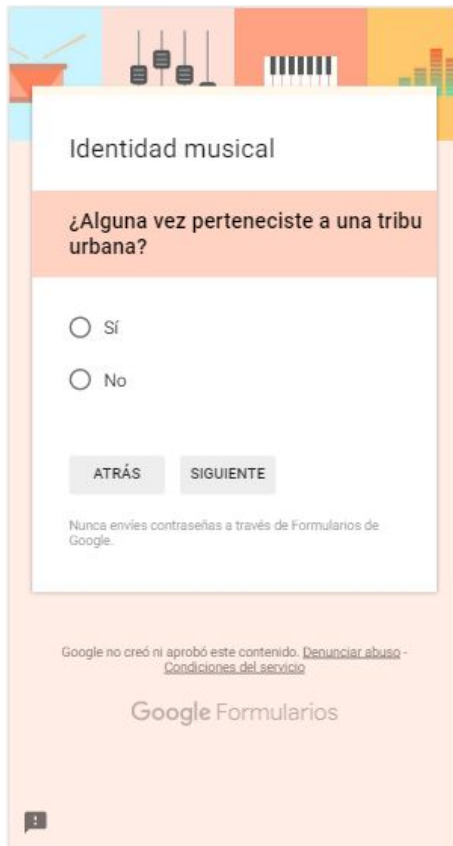
ATRÁS SIGUIENTE

En el último segmento de preguntas se pudo conocer cómo los participantes construyen una identidad musical a través de los diferentes géneros y artistas musicales que escuchan.

Se consideraron algunos de los géneros más escuchados dentro de las plataformas de *streaming* sin entrar en detalles específicos de los subgéneros existentes en cada uno.



Pertenencia a tribus urbanas



Identidad musical

¿Alguna vez perteneciste a una tribu urbana?

Sí

No

ATRÁS SIGUIENTE

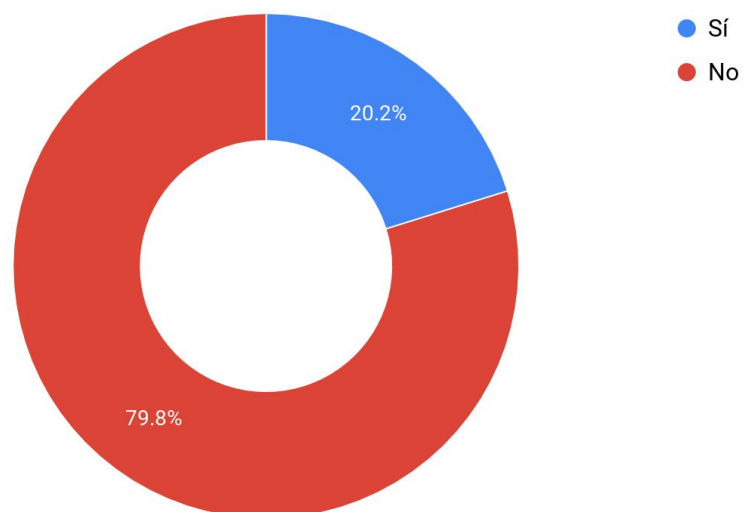
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Google Formularios

Gracias a este enunciado se pudo conocer si los participantes se consideraron pertenecientes a una subcultura juvenil en alguna etapa de su vida.

Esto supondría un punto de partida para las últimas preguntas del estudio y la manera en que los jóvenes interactúan con la música para la configuración de una identidad.



Identidad musical

¿Te consideras miembro de alguna tribu urbana? ¿Por qué?

Tu respuesta

ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Google Formularios

Continuando con el tema de la pregunta anterior se planteó una pregunta abierta que permitiera a los participantes justificar su pertenencia o ausencia dentro de estos colectivos juveniles en donde además virtieron sus opiniones sobre las tribus urbanas.

Identidad musical

¿Qué es más importante para ti, los formatos físicos o las plataformas de streaming? ¿Por qué?

Tu respuesta

ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

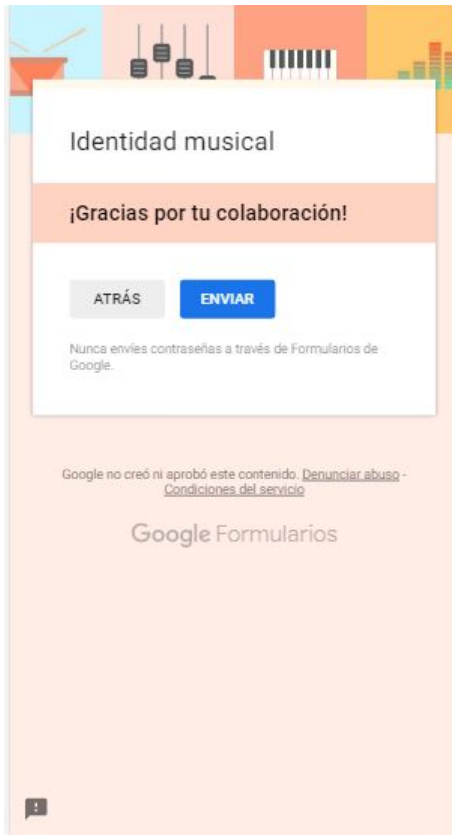
Google Formularios

Materialidad vs. streaming

La última pregunta del cuestionario ayudó a conocer cómo actualmente los participantes, en su mayoría, prefieren hacer uso de las plataformas de *streaming* para interactuar con el hecho musical.

Además les brindó la oportunidad de externar sus puntos de vista sobre la rivalidad existente dentro de estos formatos musicales.

Finalización del cuestionario



Identidad musical

¡Gracias por tu colaboración!

[ATRÁS](#) [ENVIAR](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Google Formularios

Al finalizar el cuestionario se agradeció a los participantes del estudio por su colaboración además de mostrar botones que les permitieran concluir con dicha investigación o regresar a corroborar algunos de los datos vertidos dentro de la misma.