

# Hibridando el Saber

INVESTIGAR SOBRE  
COMUNICACIÓN Y MÚSICA



MIGUEL DE AGUILERA  
ANA MARIA SEDEÑO  
EDDY BORGES

(COORDINADORES)



**SPICUM**  
servicio de publicaciones

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA





**SPICUM**  
servicio de publicaciones

**Hibridando el saber.  
INVESTIGAR SOBRE COMUNICACIÓN Y MÚSICA.**

*Miguel de Aguilera  
Ana Sedeño  
Eddy Borges Rey  
(Coordinadores)*

Hibridando el saber. Investigar sobre comunicación y música.  
Miguel de Aguilera, Ana Sedeño, Eddy Borges Rey (Coordinadores)

ISBN: 978-84-9747-325-5  
Depósito legal: MA 1736-2010

Obra publicada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA)  
Disponible en la URI: <http://hdl.handle.net/10630/4048>

Comunicaciones presentadas para las I Jornadas de Investigación Doctoral sobre Comunicación y Música, celebradas el 7 de junio de 2010 en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Maquetación y diseño: Estefanía Martínez y Eddy Borges Rey



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons:  
Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada (cc-by-nc-nd):  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>  
Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución a los autores.  
No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

**Hibridando el saber.  
INVESTIGAR SOBRE COMUNICACIÓN Y MÚSICA.**



## ÍNDICE

1. ENTRE EL PASADO Y EL FUTURO: LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN Y MÚSICA EN MÁLAGA <i>Miguel de Aguilera</i> <i>Ana Sedeño</i>	9
2. EL PRECIO DE LA LIBERTAD REINVENTANDO LA ECONOMÍA ONLINE: CÓMO LOS CONTENIDOS “GRATUITOS” PUEDEN SER RENTABLES A LARGO PLAZO <i>Gerd Leonhard</i>	18
3. FILMOGRAFÍA MOZARTIANA PANORAMA HISTÓRICO POR LAS BANDAS SONORAS CON MÚSICA DE W. A. MOZART <i>Alfonso Méndiz Noguero</i>	24
4. APROXIMACIÓN A LA MEMÉTICA Y SUS POSIBLES APLICACIONES AL ESTUDIO DE LA MÚSICA EN EL CONTEXTO AUDIOVISUAL. EL CASO DE GEDDAN <i>Diana Pérez Custodio</i>	37
<b>I. HIBRIDACIÓN EN PRÁCTICAS Y PATRONES MUSICALES</b>	
5. LAS FUNCIONES COMUNICATIVAS DEL PIANO ORQUESTAL EN PETROUCHKA DE STRAVINSKY <i>Miguel Ángel Leiva Vera</i>	44
6. LA POPULARIZACIÓN DE LA GUITARRA EN ESPAÑA DURANTE EL SIGLO XVII <i>Francisco Alfonso Valdivia Sevilla</i>	65
7. LA EXPLOTACIÓN DEL ÉXITO MUSICAL A TRAVÉS DEL FENÓMENO DE LA VERSIÓN <i>José María Oyola Pérez</i>	74
8. MÚSICA, POESÍA Y POLÍTICA. ESTUDIO DE LOS PATRONES MUSICALES A TRAVÉS DEL ÁLBUM “DEDICADO A ANTONIO MACHADO, POETA”, DE JOAN MANUEL SERRAT <i>Cristina Gatón Lasheras</i>	82
9. LA NUEVA CONVERGENCIA DE LA MÚSICA DIGITAL: IMAGINARIOS Y PROSUMO EMERGENTE <i>Eddy L. Borges Rey</i>	90
10. BREVE ESTUDIO DE LA RELACIÓN HÍBRIDA ENTRE LA MÚSICA ELECTRÓNICA Y LA IMAGEN ANIMADA <i>Estefanía Martínez</i>	100
11. CYBELINE: LA DIOSA CYBORG CONECTADA CON CABLES Y SU TROMBÓN	

<i>Jesús Fernando Lloret González</i>	<b>111</b>
12. FACTORES DE EMISIÓN Y RECEPCIÓN EN UN VIDEOJUEGO MUSICAL <i>Daniel Díaz Baeza</i>	<b>120</b>
13. PRESENCIA E INFLUENCIA DEL ROCK EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DEL SIGLO XXI <i>Ignacio Gallego Pedraza</i>	<b>129</b>
<b>II. LENGUAJES, ACTORES E INTERACCIÓN IMAGEN/MÚSICA</b>	
14. EL LEGADO PEDAGÓGICO DE GENRICH GUSTAVOVIČ NEJGAUZ: EL ASPECTO «MECÁNICO» DE LA TÉCNICA PIANÍSTICA <i>Salve Pilar Márquez Sánchez</i>	<b>138</b>
16. EL PODCAST COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA: ANÁLISIS DE SU APLICACIÓN EN EL I.E.S. LA MAROMA DE BENAMOCARRA <i>Ernesto J. Abad Fernández</i>	<b>149</b>
17. TIMBRE MUSICAL, EVOLUCIÓN CULTURAL Y TECNOLOGÍA <i>Caezar Marius Varvaroi</i>	<b>159</b>
18. MÉTODO DE DATACIÓN DE EDICIONES MUSICALES A TRAVÉS DE SUS ELEMENTOS Y SU APLICACIÓN AL LIBRO DE POLIFONÍA Nº 3 DE LA CATEDRAL DE MÁLAGA <i>Jose Carlos Rodrigo Herrera</i>	<b>166</b>
19. EL SYNCHROCINÉ O CINÉ-PUPITRE DE CHARLES DELACOMMUNE: UN DISPOSITIVO OLVIDADO (INTRODUCCIÓN AL CONTEXTO, FUNCIONAMIENTO Y DOCUMENTACIÓN ORIGINAL DISPONIBLE) <i>Jesús Manuel Ortiz Morales</i>	<b>179</b>
20. LA MÚSICA DE VIDEOJUEGO COMO MEDIO Y LENGUAJE <i>Antonio González Portillo</i>	<b>190</b>
21. LA MÚSICA EN EL TRÁILER CINEMATOGRAFICO <i>José Manuel Recio Ortiz</i>	<b>199</b>



## 9. LA NUEVA CONVERGENCIA DE LA MÚSICA DIGITAL: IMAGINARIOS Y PROSUMO EMERGENTE

**Eddy L. Borges Rey**

Universidad de Málaga, [eborgesrey@uma.es](mailto:eborgesrey@uma.es)

### 9.1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la música digital y el cúmulo de prácticas culturales circunscritas a ella, escapan a regulaciones de orden social, político y legal. A pesar del esfuerzo que la industria musical ha invertido en mantener el control sobre los procesos inherentes a su producción, distribución y mercadeo, el nuevo usuario ha redimensionado la dinámica de consumo haciendo que el control sobre el contenido pase de la industria a la audiencia y que el flujo de novedosas prácticas culturales y apropiaciones creativas llame la atención de estudiosos e investigadores. Diferentes escenarios comunicativos virtuales como las redes sociales, tubes sites, y redes p2p, entre otros, están facilitando esta transición a nivel mundial y los contenidos que se crean, intercambian, comentan y modifican en estos ámbitos, catalizan una serie de mudanzas (De Aguilera, 2008) de diverso signo que comienzan a constituir los cimientos de una nueva era comunicativa.

En este escenario se plantea la siguiente investigación, que se inicia en el marco del programa de doctorado sobre Comunicación y Música de la Universidad de Málaga, y que a fecha de hoy, ha arrojado algunas luces sobre música y significado, imaginarios musicales y apropiaciones en el seno de las prácticas musicales digitales, entre otros fundamentos. La senda de investigación se inicia con un trasfondo de difícil aproximación: “el conocimiento generado en torno a la reflexión sobre la música se había mantenido circunscrito a los conservatorios y escuelas de interpretación musical. Con el paso de los años, una serie de disciplinas vinculadas al ámbito social (psicología, sociología, ciencias de la comunicación, filosofía, etnografía, etc.) encontraron un asidero a la hora de explorar un fenómeno que, por causa mayor, debía ser contemplado desde la perspectiva de su relación con el hombre y la sociedad. Cuando esto ocurre, el panorama del estudio de la música comienza a ampliarse: no sólo se abre a géneros musicales relegados hasta entonces por el estudio artístico, también se incrementa el interés hacia fenómenos como la tecnología, la industria musical y la audiencia. Así, se consolidan innovadoras teorías que favorecen el establecimiento de nuevas disciplinas relacionadas íntegramente con la música.” (Borges, 2009: 211) En

este sentido, los textos publicados desde el nacimiento de las corrientes sociales de la música reflejan la riqueza de contenido existente en el seno de la sociedad - industrializada y mediatizada- de nuestra época. Sobre esta relación entre música e individuo, Frith expone: “La cuestión que debemos responder no es qué *revela* la música popular sobre los individuos sino cómo ésta música los *construye*.” (Frith, 2001: 418)

Ya que la aproximación inicial que se sigue –la concerniente a música, sentido y significado- plantea una serie de reflexiones que podrían ser cuestionables desde la perspectiva artística, se sigue un modelo multidisciplinar que, en principio, está orientado a la comprensión del polo de la creación y más recientemente se enfoca en las prácticas musicales del usuario. Por ello, no debe sorprender que las reflexiones teóricas que han generado un marco formal en el campo del sentido en la música, hayan sido motivo de constantes cuestionamientos.

“Como se sabe, la música es un sistema de comunicación que no se puede catalogar como lenguaje. Usualmente, suele confundirse lo que la tradición de los conservatorios de música ha instituido como un marco semántico denominado lenguaje musical o notación musical que, mayormente, se utiliza para transcribir música a una partitura para su posterior preservación, análisis o ejecución. Sintácticamente hablando, la música que escuchamos posee una forma y plantea unas dinámicas pero, semánticamente, se percibe una carencia de elementos con los que “descodificar” el mensaje. Al escuchar esta sucesión organizada de sonidos no se puede establecer la necesaria relación de significantes y significados, lo cual es la base fundamental para la comprensión de cualquier estructura discursiva. El problema principal radica en que no se ha podido instituir un marco referencial que dinamice el proceso de atribución de significado, lo que en teoría, imposibilita su interpretación. Aún así, parece existir una suerte de mecánica comunicativa entre audiencias e intérpretes al momento de la escucha, donde se aprecia una respuesta compartida colectivamente ante experiencias musicales en concreto. La posibilidad de la existencia de un entramado sistema de comunicación, ha impulsado a una serie de disciplinas en el fortalecimiento de un marco teórico que ha producido una gran cantidad de estudios rigurosos y que ha constituido, con el tiempo, una sólida corriente de investigación en el área. Muchos de los estudios se han producido con la finalidad de comprender y contribuir a explicar qué significa la música y bajo qué mecanismos lo hace.” (Borges, 2008: 212)

Así, los primeros esfuerzos del estudio se orientaron hacia la comprensión de la dinámica comunicativa de la música. Partiendo de la afirmación de Alcalde en la que explica que la música no posee características similares a las de la lengua, se pudo observar que se debe a que no existe una forma instituida de interpretación de las estructuras musicales luego de su audición, “Así pues, la significación en una pieza musical es sólo connotativa puesto que, a diferencia de los lenguajes convencionales de signos transitivos (significante/significado), no tiene un plano de contenido denotado, sino que es expresión intransitiva que se expresa, que se experimenta en sí misma de manera directa, siendo al mismo tiempo vehículo de significación por su relación con los usos culturales, con estándares de forma aprendidos o por su resonancia empática con la manifestación de sentimientos o estados de ánimo” (Alcalde, 2007: 23). Para visualizar estas abstracciones y el esquema de

relaciones entre los actores que interactúan en la comunicación musical, se construyó, en coautoría con Pérez y Valenzuela, un modelo simplificado basado en otros modelos comunicativos con el propósito de comprender la manera en la que opera la semántica musical. A continuación puede observarse:

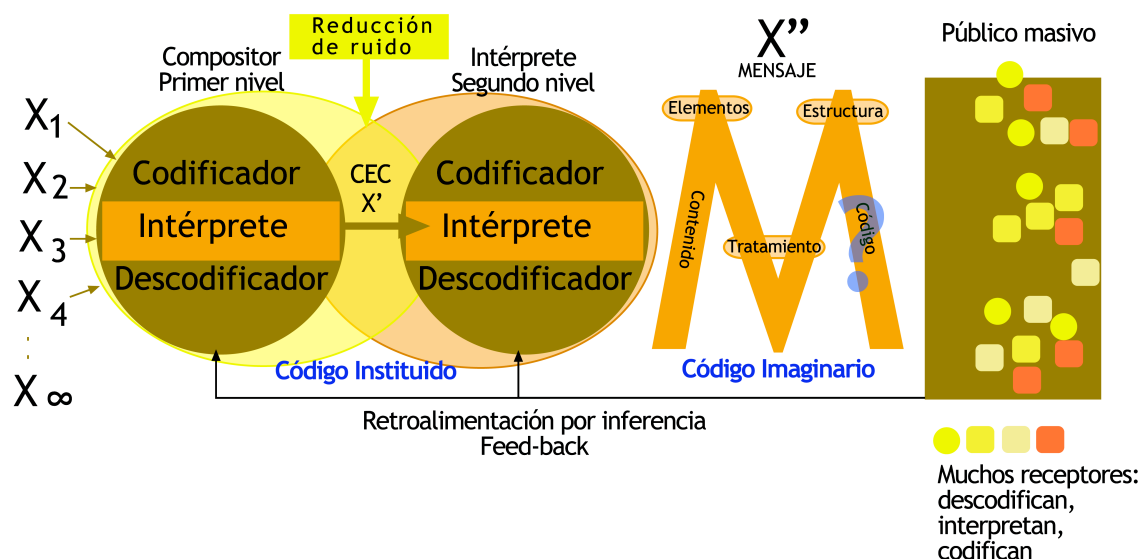


Fig. 1: Modelo de comunicación musical. Fuente: Borges, Pérez & Valenzuela

El modelo propone que el compositor está expuesto a una serie de variables de índole social y personal que le llevan a codificar en primera instancia un mensaje. Debido a que esas variables pueden ser infinitas y diferentes en cada compositor, las denominaremos para efectos del modelo, "X". Tomando una serie de decisiones, el compositor entonces configura el mensaje y lo codifica (X'). El intérprete descodifica a X' y lo interpreta impregnándolo de sus propias vivencias. En este proceso se trata de reducir cualquier fuente de ruido, tomando en cuenta como ruido cualquier alteración que desvirtúa en gran medida a X', es decir, la versión del mensaje del compositor. Es allí cuando el intérprete codifica X'' que no es otra cosa que el producto de una recreación de X' pasada por el tamiz de sus propias experiencias y vivencias. El paso entre el codificador de primer nivel y el de segundo nivel se ciñe a un código instituido –el de la notación musical– pero cuando X'' va a la audiencia la interpretación que se hace del mensaje se basa en un código imaginario, uno no institucionalizado. (Borges, Pérez & Valenzuela, 2006)

Sobre esta base, se inicia un estudio tutelado que explora el primer segmento del modelo: el de la creación musical, para proponer una serie de inferencias sobre las formas que se emplean para diseñar y construir el discurso.

## 9.2. ETNOGRAFÍA DE TRES GRANDES DEL FLAMENCO-JAZZ ESPAÑOL

En este estadio se formula la investigación cuya finalidad principal era la de comprender la manera en la que los autores y la industria musical se sirven de los

valores imaginarios -esa serie de normas, expectativas y elementos simbólicos que confluyen con un cúmulo de intenciones y motivaciones individuales y colectivas en una composición musical- para crear las subjetividades que producen el sentido. Para comprender esta dinámica, se diseñó un estudio de campo que tomó como ámbito de actuación una de las manifestaciones artísticas con la que se identifican en gran medida los jóvenes andaluces: el Flamenco Jazz. En estas esferas culturales e ideológicas, la investigación indagó en el universo de los informantes para conocer sus motivaciones, las técnicas que utilizan para la apropiación de los valores imaginarios colectivos y los elementos que conforman sus propias matrices culturales, facilitando así la comprensión del proceso de construcción o producción de sentido en el flamenco jazz.

Con este fin, se trazaron una serie de objetivos: el primer paso era el de dilucidar los contenidos imaginarios explícitos e institucionalizados que conforman los géneros a estudio, para luego determinar las motivaciones explícitas e implícitas en los imaginarios de los autores y representantes de la industria musical. En este mismo segmento de la muestra, se pretendía comprender la interrelación de los contenidos imaginarios y las motivaciones en la creación musical de los mismos, para interpretar la manera en la que se configuran estas interrelaciones para producir sentido.

Para la consecución de los objetivos trazados, el primer paso que se siguió en la estrategia fue consultar una muestra teórica sobre el género musical flamenco y el género musical jazz para extraer los elementos que han ido conformando sus imaginarios musicales. Esto permitió constituir un marco conceptual adecuado para la selección de las posibles vías a seguir. De esta primera exploración teórica, se construyeron matrices culturales a partir de los primeros contenidos imaginarios compilados, que permitieron comprender no sólo la naturaleza de los elementos sino sus relaciones en el seno de las prácticas culturales. Las matrices culturales o musicales permiten construir sistemas relacionales que facilitan la asociación de subjetividades institucionalizadas a determinadas redes de sentido.

Cada uno de los indicadores imaginarios extraídos de la teoría consultada y las subsiguientes matrices permitieron la construcción de guiones para las entrevistas. Los guiones debían poseer una apertura suficiente para que nuevas informaciones que no habían sido tomadas en consideración inicialmente, afloraran dando paso así a nuevos tópicos y categorías a estudiar. Así que en el guión, se agruparon una serie de aspectos sociales contenidos en los imaginarios de los géneros a estudiar en una sucesión aleatoria. Esto permitió seguir una conversación despreocupada que garantizó un aire de complicidad con el informante y le permitió adoptar una posición cómoda, más provechosa para los resultados de la investigación.

Las entrevistas se diseñaron siguiendo los parámetros de las entrevistas etnográficas y se llevaron a cabo en una sesión de hora y media aproximadamente, para cada informante. Inicialmente, se pretendía escoger un segmento de autores e intérpretes y a su vez, de productores artísticos y representantes de la industria musical. Pero en el transcurso del desarrollo de la investigación, la información obtenida por parte de los informantes dejaba claro que en el género del flamenco jazz, la industria juega un

papel mínimo en la dinámica creativa de la obra. Además, los trabajos son auto-producidos en estudios particulares donde los músicos son propietarios, la contratación de los intérpretes para la producción corre por cuenta de los autores y la distribución se está comenzando a hacer a través de plataformas de descarga online de contenidos como iTunes Store. Son los intérpretes los que ponen las condiciones a las discográficas y para que la relación entre ambas partes sea productiva, la política es la libertad creativa del autor.

Así que se tomó una muestra conformada por tres informantes claves: Jorge Pardo, Carles Benavent y Marc Miralta, y se les consultó en calidad de compositores, intérpretes y productores de su música. Se sondearon sus motivaciones implícitas y explícitas y la manera en la que se valen de los elementos imaginarios para producir sentido en sus composiciones.

Luego se interpretaron los datos obtenidos para extraer nuevos indicadores (motivaciones explícitas e implícitas), a su vez afloraron nuevos elementos imaginarios que, relacionados con los marcos motivacionales, permitieron generar la aportación del estudio y por consiguiente la redacción final de los resultados y las conclusiones. Para la recolección de los datos de esta investigación, se usaron fuentes documentales y orales. Las técnicas implementadas obedecieron a lineamientos de la investigación cualitativa en particular la entrevista etnográfica y la implementación de matrices culturales.

A continuación se exponen algunas de las conclusiones más significativas de la investigación.

### 9.3. IMAGINARIOS MUSICALES DE LA CREACIÓN: ALGUNAS CONSIDERACIONES

Ya cuando un sistema complejo de sonidos organizados, que fue concebido con la primera intención de expresar y la segunda (más tímida) de comunicar, llega a una audiencia expectante mediante una performance que opera bajo un marcado principio de autenticidad, activa una intrincada red de relaciones que van desde lo discursivo hasta los reflejos sensoriales más básicos. Todos tratan de construir el sentido, de atribuirle un significado a la práctica y se valen de sus experiencias, de elementos imaginarios convenidos en épocas ancestrales y que hoy en día conservan mecanismos de antaño y además del “aquí y ahora”. En algunas ocasiones, cuando las condiciones se preparan favorablemente, esta práctica lleva al colectivo a un estado de excitación en el que la sintonía les hace experimentar una satisfacción cercana al nirvana.

La naturaleza subjetiva del autor, al momento de la composición musical, está sujeta a factores diversos que dictaminan el rumbo que tomará el mensaje musical. El autor, al momento de elegir los elementos imaginarios a utilizar, en ocasiones emplea su criterio de manera consciente, y en otros de manera inconsciente; por lo que distinguiremos tres niveles diferenciados de consciencia sobre los componentes imaginarios del discurso musical:

“El primer nivel, más superficial, y que llamaremos **institucionalizado**, es aquel en el que se encuentran compilados los elementos que se aprenden al conocer las tradiciones de cualquier género musical y las prácticas sociales relacionadas a él. Por lo general, los

actores que participan en el proceso de atribución de sentido, conocen explícitamente la mayoría de estos componentes gracias a la afinidad que guardan con los géneros. Con respecto a los valores imaginarios institucionalizados del flamenco jazz, concluimos que entre todos los que existían, resaltaban algunos que agrupamos en cuatro conjuntos: Componentes sociales: Elementos imaginarios referidos al ideal y nacionalismo, referidos a la fusión e hibridación y referidos a la situación político-geográfica originaria; Componentes emocionales: Elementos imaginarios referidos a la dualidad mente alma y referidos al maqamat; Componentes de significado: Elementos imaginarios referidos al binomio comunicación-sociedad y referidos al sentimiento abstracto y componentes musicales: Elementos imaginarios referidos al modalismo y referidos a la improvisación.

El segundo nivel se denominó **subjetivo**, y está compuesto por valores imaginarios que se encuentran en un nivel más profundo, la consciencia sobre su existencia se alcanza gracias a una profunda reflexión y a un largo contacto con el género musical. A este nivel se encuentran subjetividades más abstractas, y se agruparon de la siguiente manera: Elementos imaginarios referidos a la dualidad emoción-educación; Elementos referidos a la influencia de la industria musical; Elementos referidos a la dimensión social del jazz y del flamenco y elementos referidos al discurso musical.

El tercer nivel, denominado **orgánico**, se constituye a base de elementos subjetivos enterrados en el inconsciente. Se desconoce si este tipo de factores obedece a una configuración social de los imaginarios musicales, o son producto de una respuesta sensorial orgánica inherente al ser humano. Se pudieron vislumbrar, gracias a un reenfoque apreciativo de los componentes básicos del discurso musical (ritmo, melodía y armonía), y a la existencia de un nuevo estado perceptivo que hemos denominado trance musical." (Borges, 2008: 229-230)

Mediante el conocimiento de estos elementos el autor-intérprete-productor va forjando su carácter musical, una serie de criterios que le permite discernir la forma en la que va a configurar el discurso. Pero a su vez, son sus motivaciones las que impulsan la actividad creadora, y son los imaginarios los que proveen al autor de los contenidos que producirán sentido al momento de la comunicación musical. Pero, para que esto ocurra, deben existir dos escenarios al momento de la escucha. Uno viene dado por el principio de autenticidad, y el otro, por el principio de expectativa, ambas convenidas para establecer un ambiente donde se logre una adecuada correspondencia entre los actores del proceso. El objetivo final, en la experiencia enunciativa, es despertar una respuesta emocional en la audiencia, lo que crearía un entorno propicio donde todos los integrantes del proceso de comunicación musical produzcan el sentido en una interrelación de motivaciones y subjetividades imaginarias.

Sin duda, la existencia de motivaciones en el eje creativo pueden constituir una prueba de la presencia de ciertos rasgos intencionales al momento de la constitución de la composición musical, pero son las motivaciones de vínculo y de comunicación las que evidencian que la intencionalidad influye en la configuración del discurso, no de los sonidos que lo integran, sino del uso intencional de los valores imaginarios que garantizarán afinidad y empatía mediante la música. Es el imperativo de que el proceso de comunicación musical ocurra, el que en cierta medida motiva al autor a buscar elementos imaginarios comunes a los integrantes del colectivo. Esto demuestra que el autor está al tanto de la existencia de un imaginario musical, pero existen diversos

niveles de consciencia sobre estos valores imaginarios entre los diferentes autores. Algunos de estos niveles se emplean intencionalmente en la construcción del discurso, pero otros se utilizan de manera inconsciente porque forman parte del carácter musical del eje creativo. También cabe la posibilidad de que no estemos aún en la capacidad de comprender ciertos niveles de abstracción en los imaginarios, y que estos componentes no se estén utilizando en absoluto.

A pesar de que se ha sugerido en estas líneas que ciertos elementos musicales, como el trance, pueden estar condicionados a mecánicas de atribución de sentido innatas como las que plantea Chomsky cuando expone que “Podemos llegar a saber tanto porque, en cierto sentido, ya lo sabíamos antes, aún si los datos de los sentidos fueron necesarios para despertar y dilucidar este saber, o, para decirlo menos paradójicamente, nuestros sistemas de creencias son aquellos para cuya construcción está proyectada nuestra mente, en tanto que estructura biológica”. (Chomsky, 1979: 17); toda construcción de sentido necesita una dimensión que se encargue de la comprensión del mensaje. Para que exista comunicación musical se necesita un oyente, sin la escucha, incluso cabría preguntarse si en efecto hay música. Más allá de los constantes cuestionamientos que se erigen en el seno de la comprensión del sentido de la música, se puede postular una unidad compleja y no excluyente en las teorías sobre producción del sentido, puesto que es en la conjunción de la dimensión social, las formas estéticas tradicionales y la dimensión sensorial más orgánica, que radica la aproximación a la comprensión de un fenómeno en sí mismo colmado de misterios. Recordemos que es en esta constante búsqueda de significados que se centra nuestra razón de ser y vivir, se consolida nuestra experiencia individual y nuestra cultura como colectivo.

#### **9.4. NETNOGRAFÍA DEL PROSUMO EMERGENTE: APUNTES SOBRE EL MÉTODO**

Luego de establecer un primer sondeo en el eje de la creación musical -que por cierto ha permitido obtener el saber necesario para teorizar sobre imaginarios musicales y producción de sentido- se plantea una nueva investigación donde se propone el monitoreo, en primer lugar, del proceso de creación colaborativo en red y en segundo lugar, del subsiguiente tránsito que el contenido experimenta a través de diversos escenarios comunicativos –redes sociales, tubes sites, plataformas de distribución de contenidos, etc.-, donde está sujeto a ciertas mediaciones y apropiaciones -prácticas donde confluyen transformaciones de muy diversa índole y que son de principal interés para la investigación- así, “puede percibirse de entrada un primer punto de inflexión en la forma misma de acceso, con un creciente interés por parte del usuario en el consumo a través de vías de acceso garantizado –es decir, de acceder “aquí y ahora”, y con calidad, al contenido deseado. Leonhard (2008) explica esta transición en su “modelo líquido”, donde el acceso adquiere un valor que reemplaza a la propiedad del contenido y garantiza en gran medida el consumo del mismo. Esa forma fácil de acceso a los contenidos musicales deseados en cualquier momento y lugar también ayuda a cambiar una idea básica vinculada durante mucho tiempo a la música –y a otras obras culturales-: se pasa del contenido en propiedad, por tanto sistema cerrado (protegido), al escenario del compartir, sistema abierto y por tanto de fácil apropiación, lo que nos lleva a la segunda transformación de relevancia: la irrupción del escenario

comunicativo de la comunidad virtual en el marco del «sharing»” (De Aguilera, Adell & Borges, 2010: 40).

Así, partiendo del saber adquirido en materia de producción del sentido en la música, y sobre la base del escenario de la comunidad virtual, se pretende establecer una fundamentación teórica sobre la música como forma de comunicación y las actividades e instituciones adscritas a este concepto: industria y economía instituida en el marco tecnológico. Además, se describirán los cambios que han ocurrido en el seno de las prácticas culturales para hacer foco en los que se suceden en los ámbitos relacionados con la música: apropiaciones/mediaciones, nuevos modelos de consumo, nuevas prácticas empresariales (modelos de negocio).

Finalmente, se conducirá un estudio de caso basado en un esquema metodológico netnográfico, donde se revisará una dinámica de prosumo colaborativo. La mayoría de las corrientes estudiadas con anterioridad confluyen en un tópico: la respuesta emotiva que despierta la música, así que se pretenden revisar diferentes motivos emocionales y explorar esos motivos a través de la creación colectiva en redes sociales. El mejor escenario virtual para llevar a cabo esta tarea es una red social online llamada *Indaba Music* (<http://www.indabamusic.com/>) donde cada usuario participante compone, produce, e interpreta sus propios arreglos musicales y los comparte. A diferencia de Myspace, *Indaba Music* permite la creación colaborativa de música entre los miembros de la comunidad virtual, con lo que el diseño metodológico contempla la creación de un grupo en esta red social -previa explicación y confirmación de la participación- conformado por varios músicos amateurs y profesionales a nivel mundial, que desempeñará las funciones de un Focal Group permanente y donde, a su vez, se creará colaborativamente música que despierte una respuesta emocional convenida y determinada, para luego distribuir los contenidos resultantes a través de otras redes sociales (Facebook, Myspace, Twitter, YouTube, etc.) y así observar las diferentes mediaciones y apropiaciones que se suceden.

A la par, y con la finalidad de hacer prospectiva sobre el prosumo en el universo de la música digital y detectar tendencias e innovaciones, se pretende llevar a cabo un Delphi E online con expertos como Gerd Leonhard, Henry Jenkins, Simon Frith y Nicholas Cook; y a su vez se llevará a cabo un monitoreo constante de tendencias a través de la sindicación en Twitter a diversos grupos y focos de información sobre tecnología, tendencias, coolhunting y estudios de futuro.

Como se explicó en líneas anteriores, el método se basa en la netnografía, un tipo especializado de etnografía que usa e incorpora diferentes técnicas en una única aproximación enfocada al estudio de comunidades y culturas en la era de Internet (Kozinets, 2010) y contempla cinco pasos: a) Definición de las preguntas de investigación, redes sociales y tópicos para el estudio, b) Identificación y selección de la comunidad online, c) Observación participante en la comunidad y recolección de datos, d) Análisis de datos e interpretación reiterativa de hallazgos y e) Teorización.



## 9.5. LA NUEVA CONVERGENCIA DE LA MÚSICA DIGITAL A DISCUSIÓN

En la senda transitada hasta este momento, se han podido vislumbrar una serie de conceptos que pueden dar señas claras de la dirección que pretenden seguir las prácticas musicales de nuestra época. La garantía de acceso ha creado un cimiento para el establecimiento de comunidades virtuales que se sustentan en la práctica del intercambio de contenidos y opiniones, de la apropiación creativa (De Aguilera 2008) de estos contenidos y de la adquisición de saberes que les permiten interactuar efectivamente en ámbitos que, en tiempos pasados, se encontraban circunscritos a ciertas élites. Esta significativa transformación ha estimulado en gran medida la proliferación de contenidos generados por el usuario en la red y ha redimensionado el consumo, el negocio y la cadena de valor, “Y es que la apropiación creativa no sólo comprende la modificación o alteración del contenido, pues también se extiende al uso de un contenido en un contexto comunicativo diferente –“creatividad simbólica” del usuario. Este tipo de inserciones creativas, muy presentes en los remixes, pueden advertirse en casos como el del lanzamiento de «Year Zero» en 2007 de la agrupación musical «Nine Inch Nails», que representó el inicio del «sharing de pistas musicales para su posterior remezcla por parte de fans y usuarios de la red. (De Aguilera, Adell & Borges, 2010: 40)

La cultura de los tube’s sites ha catalizado la expansión de esta nueva dinámica comunicativa, donde el usuario representa un eslabón de relevancia y dicta ciertas pautas. Prácticas como la customización de contenidos -incluso de temas musicales en la franquicia ‘Guitar Hero’- o la cada vez más habitual creación de vídeos ‘multitracks’, ‘A capella’, ‘Shreds’ o bandas tubes al estilo de The Living-Room Rock Gods (LRRGs), son signo del establecimiento de una nueva gama de hábitos que dinamizan, entre los usuarios, nuevas formas de percibir, comprender, reflexionar, crear, distribuir y comercializar la música y que encuentran en las redes virtuales, ámbitos de socialización donde la colaboración le proporciona todo un nuevo nivel de significados.

## 9.6. REFERENCIAS

- ADELL PITARCH, J. E. (1997) La música popular contemporánea y la construcción de sentido: Más allá de la sociología y la musicología; Revista Transcultural de Música Nº 3. <http://www.sibetrans.com/trans/trans3/adell.htm> (recuperado 29-08-2008)
- ALCALDE, J. (2007) Música y Comunicación: Puntos de encuentro básicos. Madrid: Editorial Fragua.
- BERGER, P. Y LUCKMANN, T. (1993) La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrourtu Editores.
- BORGES, E., PÉREZ, B. & VALENZUELA, S. (2006) *Modelo teórico de comunicación musical: Actualización y fundamentación*. Actas de las XIII Jornadas de jóvenes investigadores en Comunicación: Nuevos retos de la comunicación: tecnología, empresa y sociedad. Zaragoza, España. Pp. 428.446
- BORGES, E. (2006) La semántica de la música y su efecto en las pasiones: Greimas y Chomsky en el marco de la Semiótica musical. Actas del I Congreso Internacional de Música y Tecnologías Contemporáneas. Sevilla, España.

- BORGES, E. (2008) Erigiendo el sentido en el flamenco-jazz: los imaginarios musicales como sistema de interacción simbólica. En De Aguilera, M.; Adell, J & Sedeño, A. (eds.) *Comunicación y música II. Tecnologías y audiencias*. Barcelona: UOC Press; 211-235.
- BORGES, E. (2009) Aprehendiendo la experiencia musical: consideraciones para una teoría de la interpretación del sentido musical. Actas del I Congreso Internacional Sociedad Digital. Madrid, España. Pp. 44-58
- BORGES, E. (2009) Imaginario colectivo musical. Convenciones en el proceso de interpretación del sentido de la música. *Revista Icono14 [en línea] 25 de Octubre de 2009, Nº 14*. pp. 210-231. Recuperado (29-05-2010), de <http://www.icono14.net>
- CHOMSKY, N. (1979) Sintáctica y semántica de la gramática generativa. Madrid, España: Siglo veintiuno editores.
- COOK, N. (2001) Theorizing Musical Meaning. *Music Theory Spectrum* Vol. 23, Nº 2. California: University of California Press, pp. 170-195.
- DE AGUILERA, M. (2008) El encuentro entre la comunicación y la música: razones, criterios, enfoques en De Aguilera, M.; Adell, J & Sedeño, A. (eds.) *Comunicación y música I. Lenguaje y medios*. Barcelona: UOC Press; 9-47.
- DE AGUILERA, M.; ADELL, J.E. & BORGES, E. (2010). Apropiaciones imaginativas de la música en los nuevos escenarios comunicativos. *Comunicar* 34; 35-44.
- FRITH, S. (2001) Hacia una estética de la música popular. En CRUCES, F., (coord) *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología*. Madrid: Trotta, pp. 413-436.
- GIL, M. & ROMERO, F. (2000) Crossuser. Claves para entender al consumidor español de nueva generación. Barcelona: Planeta DeAgostini Profesional y Formación.
- GIL, M. (2009) Coolhunting. El arte y la ciencia de descifrar tendencias. Barcelona: Ediciones Urano.
- KOZINETS, R. (2010) Netnography. *Doing Ethnography Research Online*. Los Angeles, U.S.A.: Sage.
- LEONHARD, G. (2008). *Music 2.0*. Hämeenlinna, Finland: Batmosphere.
- MEYER, L. B. (2001) Emoción y significado de la música. Madrid: Alianza Editorial.
- SARTRE, J. P. (2005) Lo imaginario. Buenos Aires: Editorial Losada.
- STORR, A. (2002) La música y la mente. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- TAYLOR, C. (2006) Imaginarios sociales modernos. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.



**SPICUM**  
servicio de publicaciones