



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

Universitat Autònoma de Barcelona
Departament d'Art i de Musicologia
Doctorat en Història de l'Art y Musicologia

Tesis doctoral

La construcción del espacio sonoro a través de la música de fondo

Temas y conceptos afines para el estudio de la música ambiental

Autor: **Diego Morábito Correa**

Directores: **Rolf Bäcker y Silvia Martínez**

Julio 2016

A mis padres

Índice

Agradecimientos.....	1
Introducción	2
Capítulo I: Movilidad, estetización e hiperconsumismo	11
1.1 Movilidad.....	11
1.2 Consumismo	20
1.3 Estetización.....	26
Capítulo 2: ¿Es música de fondo o Muzak?.....	30
2.1 Muzak, sus variantes y confusiones.....	31
2.2 Martí, la música ambiental, las músicas ubicuas y todas las músicas.	38
2.3 Modos de la escucha.....	46
2.4 Ubiquitous listening.....	60
Capítulo 3: Espacios sonoros	69
3.1 Caracterizaciones de la música ambiental como elemento constitutivo del espacio sonoro.	73
3.2 Schizophonia o la reificación de la música	77
Capítulo 4: Espacio y lugar.....	88
4.1 El no-lugar.....	88
4.2 Espacio y Lugar según Michel De Certeau	92
4.3 Espacio Público y Espacio Privado.....	96
4.4 El caminante	100
4.5 Simmel, la moda, la metrópoli y el extranjero	102
4.6 Los lugares intermedios	103
4.7 Categorización de los no-lugares	105
4.8 Place Attachment	107
Capítulo 5: Ritual	110
5.1 Liminar y liminoide	110
5.2 Cadenas de rituales de Interacción	116
Capítulo VI: Otras maneras de escuchar la música	126

6.1 Los reproductores portátiles	127
6.2 Escucha individual en un espacio público y escucha comunal en un espacio privado ..	139
6.3 Escucha comunal en un espacio público o la música de los móviles a alto volumen.	144
Capítulo 7: Sobre ocio, utopía y estetización	148
7.1 Otra vez el caminante	148
7.3 Utopía y música en la cotidianidad	157
7.4 El ocio, el tiempo libre y la música de la cotidianidad	162
Conclusiones	168
Bibliografía	173

Agradecimientos

Quisiera agradecer a mis dos tutores Rolf Bäcker y Silvia Martínez por la invaluable dedicación con que me ayudaron a llevar a buen puerto esta tesis. Sin su apoyo y seriedad, esta tesis no hubiera visto nunca la luz del día.

Quisiera agradecer a todos los amigos que de una u otra manera aportaron su ayuda para la realización de la tesis: a Anaid por leer la versión final y hacer las últimas correcciones; a Bernardo por las largas discusiones que de una u otra manera están plasmadas en la tesis y a Ibán también por muchas de las discusiones. A mis compañeros de Cepromusic por soportarme durante poco menos de 4 años. A Izar porque sin ella Barcelona no sería lo mismo. A Verónica porque sin ella México no sería lo mismo. A Valentina, sin la cual la tesis nunca hubiera tomado los tintes sociológicos que tiene. A Marta García Quiñones por servir de guía cuando esta tesis apenas comenzaba a tomar forma. A todos aquellos que olvidaré mencionar y a mis compañeros de vida: Daniel, Juan, Claudio, René, Rodrigo, Berenice, Marel, Diego, Társila, Joanna, Jazmina, Agustín, los Santiagos y Esteban.

Introducción

Hoy en día el espacio público está lleno de música como nunca antes en la historia. Todo lugar de congregación, desde un restaurante hasta las oficinas gubernamentales donde realizamos trámites burocráticos, tiene música. De hecho, es difícil imaginar un lugar donde no estemos acompañados de música, así sea una farmacia o la sala de espera de un hospital, una estación del metro o una de autobuses, un gimnasio, una alberca, un mercado, una carnicería, una verdulería, un hotel o un centro de convenciones, e incluso los quioscos de muchas plazas de provincia. La música parece estar omnipresente como el aire que respiramos, para hacer alusión a Josep Martí (2009). Sin embargo, su presencia, ubicua, también se manifiesta dentro del espacio privado de cada uno. Los reproductores portátiles de música son muchos y variados y, desde algunos años, con el nacimiento del *Smartphone*, todo celular se ha convertido en un reproductor musical. No debería extrañarnos, por lo mismo, que, con el uso masivo de los celulares, salieran a la luz nuevas formas de vender y consumir música, como lo son los servicios que ofrecen el conocido *streaming* de música (Spotify, Google Music, Apple Music, Rdio, etc.). Ahora es posible tener a la mano, en cualquier lugar, una biblioteca musical con alrededor de 30 millones de canciones (Kurimski, 2015). Y al conectar el celular a unas bocinas la escucha de música individual puede compartirse con más personas.

A pesar de lo difuso de este fenómeno, poco se ha escrito sobre él. La bibliografía académica sobre lo que podríamos llamar músicas de la cotidianidad es muy limitada si se la compara con la de otros temas abordados por la musicología y la etnomusicología.

Dentro del campo de las músicas de la cotidianidad, esta tesis versa en particular y en su mayor parte sobre la música que comúnmente se llama música de fondo, o Muzak¹, y que en este trabajo se denomina música ambiental, donde la bibliografía es todavía más escasa, situación que supuso no pocas dificultades a la hora de redactar este trabajo.

Hay que dejar en claro que en esta tesis se estudiará la música ambiental como un hecho exclusivamente social, esto es, como una parte importante en la construcción de un espacio colectivo cuyas características influyen en la conducta y las ideas de las personas. Por ello, las particularidades estéticas de esta música, que por lo demás varían considerablemente en el tiempo y en el espacio, escapan de los límites de este trabajo. En otras palabras, conceptos como género musical, estilo, arreglos, tipo de orquestación, etc., no tendrán cabida en el análisis que se hará de este fenómeno. Esto significa que lo que interesa estudiar es la recepción de este tipo de música como parte de un entorno del que constituye un elemento definitorio, y no como un elemento en sí, relativamente independiente de ese mismo entorno, como sería el caso si el interés estuviera enfocado en su hechura propiamente musical.

Sobre la música ambiental falta todavía una metodología sólida de estudio. Uno de los objetivos de esta tesis es establecer algunas bases teóricas que faciliten ulteriores investigaciones sobre la misma. Por lo mismo, esta tesis pretende ser un primer acercamiento teórico a ese tema, un tema que hasta ahora, si revisamos la bibliografía existente, sólo ha producido artículos relativamente breves: Sterne (1997), Groom (1996), Martí (1997, 2002, 2008, 2009) y Radano (1989), el capítulo cinco del libro *Acoustic territories* de Brandon LaBelle (2010, pp. 163–200) y los libros *Ubiquitous listening*, de Anahid Kassabian (2013); el libro de Joseph Lanza (1995) que es una historia enfocada en la Muzak, más que en la música ambiental *per se* y, recientemente, el libro de Hervé Vanel (2013) que se enfoca en poner en perspectiva el concepto de Muzak (entendido como la música de esta empresa), la *musique d'ameublement* del compositor Eric Satie y el concepto de John Cage Muzak Plus . Si bien hay otros artículos como el de Steeg Larsen (Larsen, n.d.) que pasan tangencialmente por el problema de la música ambiental, o el de

¹ Estos conceptos se tratan a profundidad en el capítulo dos.

Simon Frith que habla sobre la música del día a día (Frith, 2002a) o incluso otros que la critican fuertemente (Bradshaw & Holbrook, 2008), ninguno establece un marco general de estudio, donde se pueda englobar el análisis de esta música. Michael Bull (2000; 2001; 2004, 2005, 2007) ha reflexionado en especial sobre la escucha portátil (el uso del *ipod* y el *walkman*²), junto con otros autores como Hosokawa (1984), David Beer (2007, 2010) y Simun (2009). Asimismo, Bull ha trabajado también sobre la movilidad en la música a través del análisis de la música reproducida en los automóviles (2004). En efecto, Bull es uno de los autores que, aunque reduce su campo de estudio al automóvil o el *ipod*, en realidad establece muchos paralelos con lo que en este trabajo denominamos música ambiental. Otra pensadora que hay que mencionar porque ha trabajado el tema de la música ambiental es Tia DeNora, en su libro *Music in everyday life* (2000). El tema central que explora DeNora es cómo la música (ya sea impuesta o programada por el usuario) es capaz de definir situaciones sociales y otorgarles un sentido en diferentes escenarios de la vida cotidiana. Lo que remarca DeNora es que la música, más que ser un arte decorativo, se ha vuelto una fuerza social capaz de transformar los modos de organización social y política de la posmodernidad. En este sentido, sigue en muchas de sus obras los pasos de Adorno y de Jacques Attali (1995). En todo caso, la idea de que existe una relación directa entre poder y música no es solamente de DeNora; autores como Bijsterveld (2001, 2008) y David Hendy (2013) hacen paralelismos entre música, ruido y poder. Barry Truax (1984) propone la idea de que existen sistemas de comunicación acústica donde el paisaje sonoro incide directamente en la posibilidad de control sobre la comunicación, algo que también sugiere Murray Schafer (1994). En realidad, la postura de DeNora podría expandirse al universo sonoro en general, siendo la música sólo una de las diferentes partes involucradas en la construcción de la realidad social. Ahora bien, si la música es más influyente que las otras partes del mundo sonoro, es algo que no queda demostrado. Una postura similar se encuentra en un artículo de Jones y Schumacher (1992), donde los autores examinan cómo la Muzak es utilizada en la actualidad para ejercer control sobre

² En esta tesis no entraré a discutir las diferencias que existen entre el Walkman, el Cd Player y el iPod. Más allá de la facilidad con que uno puede elegir la música que escucha (playlist o saltarse canciones de un disco, por ejemplo, o incluso la facilidad de la portabilidad) no presentan, para los objetivos de esta tesis, diferencias relevantes.

el espacio público y el espacio de trabajo. También existen varios estudios sobre la influencia de la música ambiental en el consumidor (Alpert & Alpert, 1989; Caldwell & Hibbert, 2002; DeNora & Belcher, 2000; Kärrholm, 2009; Kellaris & Kent, 1992; MacInnis & Park, 1991; Milliam, 1982, 1986; North C. & Hargreaves, 1997; Wilson, 2003). Sobre el control de los ambientes de trabajo se puede revisar el libro de Joseph Lanza ya mencionado y los artículos de Alexander Styhre (2013) y Keith Jones (2005). Ahora bien, un tema que se ha tratado bastante es la construcción del espacio a través de la música ambiental y, en general, del sonido. De hecho, a partir de la publicación del libro *The soundscape: our Sonic enviroment and the tuning of the world* de Murray Schafer (1994), los estudios sobre la composición sonora del espacio y su influencia en la construcción social de la realidad se han multiplicado, desde el que ya mencioné de Barry Truax, *Accoustic communication* (1984), pasando por algunos de índole histórica (Corbin, 1998; Picker, 2003), como por otros que hacen énfasis en la música (Cohen, 1995; LaBelle, 2010; Martí, 2009; Radano, 1989; Sterne, 1997; LaBelle 2010, pp. 163-200). Por último, tanto Anahid Kassabian (2001, 2013) como Marta Quiñones (2003, 2007; 2013), y Ola Stockfelt (2003, 2006) han hecho hincapié en la manera en la que escuchamos. Estos autores hacen especial referencia a la escucha musical distraída y, en general, plantean un cuestionamiento de lo que es la escucha musical.

El inconveniente de los textos que he mencionado hasta ahora es que la mayoría de ellos omiten o sólo sugieren ciertos rasgos de la música ambiental, dependiendo del enfoque de estudio elegido. Si hablan, por ejemplo, de la construcción espacial y el poder que se ejerce a través de la música, no se menciona cómo se escucha esta música. Si hablan de cómo se escucha esta música y cómo se configura la realidad social, nunca la ponen en el contexto de un espacio público. Si hablan de un espacio público y la música ambiental, utilizan la categoría de espacio público sólo en contraposición del espacio privado, sin especificar las características del espacio público en cuestión. En suma, en toda la literatura que menciono, se han sugerido, cuando mucho, las relaciones que conforman el estudio de la música ambiental, pero no se han analizado estas relaciones de una manera sistemática. Este es el objetivo de esta tesis, juntar todas estas ideas y

ubicarlas dentro de un marco coherente y coordinado. En este sentido, los autores utilizados son variados y posiblemente discrepen en su metodología y tradición de pensamiento, pero todos aportan concepciones sobre la música ambiental que, considero, deben ser tomadas en cuenta, si se quiere establecer un marco de estudio relativamente completo de este fenómeno musical. En todo caso, dentro de toda la literatura mencionada hay pocas contradicciones entre lo dicho por uno y otro autor y, en realidad, casi siempre se complementan. Cuando surgen divergencias, están debidamente remarcadas. De lo anterior, los objetivos concisos de esta tesis son:

- Establecer un concepto coherente y funcional de la música ambiental basado en gran parte en el modo de escucha y comprendido como un fenómeno social de la posmodernidad.
- Poner en relación la música ambiental con el espacio público y privado en el contexto de la posmodernidad.
- Establecer algunas de las funciones de la música ambiental *en* el espacio público y privado a través de la idea del ritual.

Ahora bien, todo trabajo teórico social presupone el uso de conceptos e ideas que pocas veces describen de manera perfecta la realidad social. Es incluso pertinente afirmar que la idea, al describir un fenómeno, lo construye en la medida en que resalta ciertos aspectos del mismo por sobre otros y establece sus límites. De tal suerte, los conceptos utilizados en esta tesis, ya sean los utilizados por los autores o propuestos por mí, deben ser entendidos como parte de los *tipos ideales* propuestos por Max Weber en su libro *Wirtschaft und Gessellschaft* (Economía y Sociedad [Weber, 2014]). Según palabras de Bauman, los tipos ideales son “abstracciones que intentan captar la singularidad de una configuración compuesta por ingredientes que no son para nada especiales o específicos, abstracciones que individualizan los patrones que definen esa configuración y los separan de la multitud de aspectos que comparte con otras configuraciones” (Bauman, 2013c, p. 45). En otras palabras, un tipo ideal es una construcción artificial que, más que describir la realidad, ayuda a pensarla y analizarla. De lo que se trata es de establecer conceptos que

nos ayuden a comprender lo mejor posible un determinado fenómeno. Tanto los aciertos como las fallas en la construcción de un concepto dejan entrever las características que el propio concepto no puede abarcar debido a lo contingente de lo “real”. En otras palabras, todos los ejemplos particulares que uno pueda encontrar para desestimar un concepto o una idea son valiosos en la medida en que delimitan con cada vez más claridad los alcances del mismo concepto. Como lo dice Fernando Gil Villegas en la introducción a *Economía y Sociedad* (Weber, 2014, p. 143), “los tipos ideales funcionan como una guía teórica para la evaluación racional del fenómeno empírico y, al mismo tiempo, para medir el grado de desviación de los casos empíricos de conducta social o de tipos de instituciones, frente al modelo racional idealmente construido”. En los términos concretos de esta tesis, no se trata de elaborar una teoría que explique exhaustivamente la música ambiental, sino de situar este fenómeno como analizable bajo los parámetros del concepto de “música ambiental”. En este sentido, los objetivos de esta tesis y su enfoque, en su mayor parte teórico, no requieren de un trabajo de campo. Esto, sin embargo, no excluye la posibilidad de utilizar observaciones empíricas de vez en cuando, que respalden las afirmaciones teóricas propuestas o que arrojen luz sobre las mismas.

En el primer capítulo se define el marco teórico que sustenta el análisis que se desarrollará en los capítulos siguientes y en el cual se establecen tres paradigmas centrales, todos ellos explicados en el marco temporal de la posmodernidad: la movilidad, el hiperconsumismo y la estetización generalizada de la vida cotidiana y de los bienes de consumo. Se utiliza el concepto de posmodernidad y no otros, como el de hipermodernidad (Gilles Lipovetski [2013]) o sobremodernidad (Marc Augé [2001]), porque en estos dos últimos casos sus autores no establecen de manera clara cuándo comienzan tales periodos. En general, los argumentos esgrimidos para afirmar que la posmodernidad ha quedado atrás se sustentan en la idea de que ciertos procesos que venían desarrollándose en ella se han agudizado, dejando el paso a una nueva época. De todos modos, se trata de conceptos relativamente nuevos, sobre los cuales no existe un consenso generalizado en las ciencias sociales ni un uso extendido en el medio académico.

En todo caso, el concepto de posmodernidad es usado para referirse al mundo contemporáneo, de tal manera que su empleo no debería propiciar malentendidos ni ambigüedades.

En el segundo capítulo se explica el concepto de música ambiental y no sólo se confronta este concepto con otros extendidos en el uso académico, como Muzak, música de fondo, *enviromental music*, *mood music*, y *ambient music*, sino que se explican las diferencias particulares de cada uno y por qué a esta tesis le conviene la noción de música ambiental. Asimismo, en ese capítulo se exponen muchos de los matices que delimitan este concepto a través de los modos de escucha y el concepto de perspectiva.

En el tercer capítulo se define qué es un espacio sonoro, incluyendo los diferentes elementos que lo constituyen, lo que permite definir con más precisión la música ambiental y explicar cómo ésta genera espacios sonoros y de qué manera se relaciona con el poder.

En el cuarto capítulo se explica el concepto de *no-lugar*, una noción que ha sido provechosa para entender la dinámica de los lugares públicos que reproducen permanentemente música ambiental, y que ha permitido, asimismo, enfatizar la naturaleza eminentemente transitoria de esos lugares. Las nociones de transitoriedad y de movilidad remiten a su vez a la de liminaridad, que es analizada en el siguiente capítulo, concepto que permite abordar la naturaleza de las relaciones que establecen los habitantes de las urbes en los espacios públicos y de los rituales de interacción que se llevan a cabo en ellos. En ese mismo capítulo se explica una de las funciones centrales de la música ambiental, que es la de crear la ilusión de una comunidad perfecta.

En el sexto capítulo se amplía el análisis de la música ambiental para integrarlo al concepto más general de músicas de la cotidianeidad. Se establecen, para ello, comparaciones entre diferentes fenómenos musicales: la escucha individual en un espacio público (reproductores portátiles y reproductores a alto volumen) y la escucha comunal en un espacio privado.

En el séptimo y último capítulo, se establecen paralelismos entre el andar a pie, entendido como una experiencia estética, la utopía y la estetización de la vida cotidiana que se manifiesta en el consumo musical generalizado.

Por último, quisiera mencionar una particularidad de este trabajo. La *musique d'ameublement*, de Eric Satie, es mencionada sólo de paso. Para muchos, en estas composiciones, Satie prefigura lo que sería poco tiempo después la música ambiental. Esto, por supuesto, es debatible. En primer lugar, porque es una característica intrínseca de la música ambiental la de ser una música grabada, porque necesariamente aquello que se define como música ambiental depende de un consenso social que define la relación del escucha con respecto a cierta música. Si esta voluntad difiere entre los músicos que interpretan y los escuchas, nos topamos con un problema de relativismo, en la medida que la misma música sería música ambiental para unos y música de concierto para otros. Por ejemplo, en la única presentación que se hizo de la *Música para amueblar*, el público puso atención, es decir, escuchó las piezas, por más que Satie insistió en que no lo hicieran. Surge pues la pregunta: ¿fue o no música ambiental la interpretación de la música de Satie? En el segundo capítulo abordo con más detalle el tema de la voluntad, pero parece claro que utilizar *La musique d'amueblement* como la pieza que da origen a la música ambiental implicaría una discusión extensa y posiblemente estéril en términos epistemológicos.

Por último, hay que aclarar que la aspiración de este trabajo es poner en relieve dos cuestiones. En primer lugar, subrayar la omnipresencia de la música en las grandes ciudades, un fenómeno inédito que ha crecido en proporciones desmesuradas, al grado de que la mayoría de las personas no son conscientes de ello. En segundo lugar, demostrar que la escucha musical constante y masiva ha transformado no sólo nuestra manera de escuchar la música en los lugares públicos, sino la música en general, ya sea en una sala de concierto o en la intimidad de nuestro hogar. Bajo esta óptica, el estudio del tema de la música ambiental y, en general, el de las músicas de la cotidianidad, es de suma

importancia para los diferentes campos de las ciencias sociales que tratan el tema de la música.

Capítulo I: Movilidad, estetización e hiperconsumismo

En este capítulo se plantean tres ejes conceptuales: movilidad, consumismo y estetización generalizada de bienes de consumo, que enmarcan a manera de contexto todo el análisis ulterior que se realizará sobre la música ambiental.

1.1 Movilidad

Aunque vivimos en una época donde dos de las mayores industrias son las del turismo y la del viaje (Urry, 2012, p. 4), la noción de movilidad va mucho más allá de la simple traslación espacial de objetos y personas. La movilidad implica, además, nuevas formas de socialización y comunicación, nuevas formas de transitar por los lugares, de experimentarlos y de sentirlos. Las consecuencias de la movilidad determinan nuestra forma de estar y habitar el mundo. Como sugiere Urry (2012, p. 18), plantear la movilidad como un nuevo paradigma desde donde analizar el mundo es también cambiar la forma en que a lo largo de decenios las ciencias sociales han intentado explicar el mundo, que es desde un punto de vista a-móvil. En particular, nos interesa plantear que el análisis de la música actual, particularmente la de las urbes, no puede ser entendido cabalmente si no se le agrega la variable de la movilidad. En este sentido, no podemos entender la cultura musical o culturas musicales actuales de las urbes como fenómenos que se manifiestan, diría Bauman, en estado sólido. Justamente, si algo quieren hacer ver tanto Urry

(2012) como Bauman (1999) y Castells (2006), es que la organización social actual está constituida por la no permanencia, y la música actual, al menos la de las ciudades, tampoco escapa a esta lógica, de tal manera que resulta prudente ponerla dentro del contexto de la movilidad. “Ninguna de las etapas consecutivas de la vida social puede mantener su forma durante un tiempo prolongado (...). La disolución de todo lo sólido (...) es la característica innata y definitoria de la forma moderna de vida desde el comienzo. Las formas no son reemplazadas por otras mejoradas y permanentes sino por otras igualmente desprovistas de permanencia”³ (Bauman, 2013a, p. 17). La sociedad actual se construye como un flujo continuo de relaciones que toman una y otra forma en periodos de tiempo cada vez más cortos. “La <<sociedad>> se ve y se trata como una <<red>>, en vez de como una <<estructura>> (...): se percibe y se trata como una matriz de conexiones y desconexiones aleatorias y de un número esencialmente infinito de permutaciones posibles” (Bauman, 2013b, p. 9). El individuo se mueve de un rol social a otro que se descartan a medida que se usan. No se pasa de ser menos a más, sino que uno se aparece ahora como esto y después como lo otro, sin ningún tipo de jerarquía que nos permita atribuirle valores constantes a cada personaje que adoptan los individuos. El nuevo y genial intérprete que acaba de tocar con la Filarmónica de Berlín es rápidamente desplazado y olvidado por otro que no viene a llenar su lugar, sino que se coloca a su lado, con lo cual tenemos toda una plétora de intérpretes geniales que justamente quedan atomizados en un universo cultural donde se trata de producir cada vez más, de tener no mejores opciones, sino sencillamente de tener más opciones.

No sólo la construcción de mitos musicales queda imbuida por la transitoriedad que implica la movilidad, sino también los gustos musicales. La élite cultural (los *connaisseurs*), que alguna vez despreció los gustos vulgares e ignorantes, se han transformado en una masa omnívora que gusta de casi todo. Como dice Bauman, “Ninguna obra de la cultura me es ajena: no me identifico con ninguna en un cien por ciento de manera total y absoluta, y menos aún al precio de negarme otros placeres. En

³ Decidí escribir todas las citas en español, aun cuando las originales estuvieran en otro idioma. Todas las traducciones son mías. Para saber qué citas son traducciones, bastará revisar las referencias bibliográficas y ver si el título del libro está en español o en otro idioma.

todas partes me siento como en casa, a pesar de que (o quizás porque) no hay ningún lugar que pueda considerar mi casa” (2013a, p. 23) No sólo se asiste al triunfo de un gusto ecléctico, sino que la manera misma de consumir el arte ha sucumbido ante la movilidad. Con respecto a la música, específicamente con la llegada del LP y antes la radio, los lugares donde escucharla se han multiplicado. Además de que la mayoría de los lugares públicos transmiten música, para nuestro uso personal pasamos del *walkman* al *CD Player*, y luego al *iPod*, para terminar en el teléfono móvil. Ya no es necesario planear un gasto para comprar un reproductor de música, basta adquirir un teléfono portátil para traer a costas cantidades exorbitantes de discos al alcance de un *click*. ¿Cómo, entonces, pensar la música como una forma social centralizada y bien ubicada? Escuchamos por la mañana el disco de algún artista de Gabón, seguido de dos *tracks* que contienen polifonía renacentista, para pasar a escuchar en el bar el último *hit* de Beyoncé. La música se moviliza no sólo a lo largo de fronteras internacionales, sino a lo largo de todo tipo de espacios, para ubicarse como bien cultural omnipresente en lugares tanto públicos como privados. Pero la movilidad de la música no sólo se manifiesta en una vertiginosa traslación espacial, que posibilita, por ejemplo, que una persona en Madagascar pueda escuchar tranquilamente música de los *yaquis* de México, sino que se manifiesta también en un rápido devenir temporal de sus productos, que se suceden y se suplantán unos a otros a una velocidad también vertiginosa. Un ejemplo de esto son las listas que se hacen de los hits musicales de una semana a la otra. Las canciones van y vienen. ¿Cuánto tarda hoy una canción para convertirse en un “clásico”? Una década a lo mucho. Son muchas las compilaciones que rememoran los hits “que marcaron una época”. Hay de los 60’s, 70’s, 80’s y 90’s y pronto, seguramente, de la primera década del siglo XXI. Esta noción de “lo clásico” en la posmodernidad es un tema de extenso análisis que no cabe profundizar en la tesis más que para enmarcar una cuestión particular de la música ambiental. Por un lado, etiquetar cada vez con más vehemencia a las canciones como “clásicos” es una forma de otorgarles más longevidad como bienes de consumo de la que normalmente tendrían en una sociedad que avanza con tanto vértigo hacia el reemplazo de los mismos. Lo que podría parecer una lógica contradictoria, en realidad se resuelve en la medida en

que, si el mercado conserva elementos musicales centrales a lo largo del tiempo, estos se transforman en símbolos que se pueden seguir vendiendo una y otra vez sin estorbar al mismo tiempo la producción frenética de otros tantos, ya que, aunque estos no sean reemplazados, *siempre están de moda* y son susceptibles de ser consumidos. Claro está que esto funciona bien con productos del medio artístico y no, por ejemplo, con una aspiradora. Sin embargo, una relectura de estos bienes más longevos, también permite establecer nuevos bienes de consumo que se hagan eco de las características de sus predecesores. Como ejemplo de esto, tenemos coches como el *Fiat 500*, el *Mini* y el *Mustang*, cuyas versiones modernas se venden en la medida que son actualizaciones de versiones anteriores de coches llamados “clásicos”. Incluso algo similar sucede cuando algún grupo musical hace el *cover* de un tema “clásico”. En esta misma lógica, también se pone de manifiesto que el mismo mercado es susceptible de vender incluso una sensación como la nostalgia. En una sociedad que avanza tan deprisa, la nostalgia es algo que aparece con relativa facilidad. Recordemos que, en lo general, la nostalgia alude siempre a un momento temporal que se ve siempre como “mejor”. Así pues, en menos de veinte años, el modelo de lentes *Rayban* con marco de plástico tan de moda en estos días, era un modelo obsoleto que, a través de la nostalgia, recupera las facultades necesarias para poder volver a comercializarse. La misma lógica de reemplazamiento de productos permite la reutilización de los productos ya descartados. Con referencia a la música ambiental, la etiqueta de “clásico” permite el uso de canciones que se suponen ancladas firmemente en la memoria de los escuchas para tener injerencia sobre ellos. Un “clásico”, por regla general, será reconocido por la mayoría de éstos. Bajo esta lógica, programar un clásico obedece, entre otras cosas, al placer que produce el reconocimiento. Por eso, cuando hablamos de música ambiental, muchas personas la relacionan con *covers* de canciones famosas hechas con un estilo de jazz o con orquesta.

Si el motor de la movilidad espacial de la música es la tecnología, el de su movilidad en el tiempo es la moda. “La moda ha asumido el rol de operadora principal en la iniciativa de establecer el cambio constante como forma de vida humana” (Bauman, 2013a, p. 26). La moda, en efecto, ha expandido sus tentáculos a lo largo y ancho de todos

los aspectos de nuestra vida. No tiene que ver solamente con la vestimenta o con los bienes culturales, sino también con la comida, con el lugar donde vivimos y con el esparcimiento. Se ponen de moda bares y restaurantes, se ponen de moda zonas habitacionales, se ponen de moda lugares turísticos y aparatos tecnológicos. Hasta las iniciativas solidarias sucumben a la lógica del relevo incesante. Hoy, todos ayudan a los millones de migrantes que llegan a Europa, provenientes de Siria; mañana la gente sale a la calle para marchar contra el asesinato de los 43 estudiantes de Ayotzinapan en México y pasado mañana se firma una petición en *change.org* por el maltrato a los perros en alguna región de China. Se necesita siempre una nueva causa que abrazar, que borra la anterior. La firma de apoyo, en el momento que manifiesta la adhesión a una causa, marca también el desprendimiento de la misma. La lógica de la moda impone una homogeneización de los valores éticos y estéticos de una sociedad y, por lo mismo, de las formas sociales. Todo se vuelve intercambiable y descartable.

Con respecto a la movilidad espacial, “la experiencia humana se constituye y se recaba en torno a *lugares*, donde se trata de administrar la vida compartida, donde se conciben, absorben y negocian los sentidos de la vida” (Bauman, 2013b, p. 116). Los lugares, así descritos, son uno de los ejes centrales desde el cual se articula la sociedad. Sin embargo, también ellos, debido a la vertiginosa movilidad de la actualidad, se han visto corroídos por la lógica de la acumulación y descarte. No sólo es posible estar hoy en Barcelona y mañana en Sri Lanka, sino que la manera de uso de los productos tecnológicos como el automóvil, los trenes y los aviones han alterado nuestra relación con el lugar. Mediados por la ventana de un coche a toda velocidad, los paisajes se vuelven fugaces: se pasa de largo una montaña o un río en cuestión de minutos. Encerrados en el coche, la ciudad es el afuera donde transitan rostros anónimos, todos iguales, que se pierden en una masa amorfa. A través de la pantalla de una computadora podemos visitar virtualmente cualquier lugar. No necesitamos tomar un avión para conocer la Gran Muralla China o el Partenón en Grecia, venimos y vamos a miles de sitios sin la necesidad de movernos. El viaje impregna nuestra cotidianeidad. Si bien es cierto que cada vez más personas trabajan desde su casa, la realidad es que la mayoría de nosotros debe

desplazarse a diario a varios puntos de la ciudad. Caminamos menos, pero nos desplazamos más. No permanecemos en un lugar más de cierto tiempo. Cambiamos de bares y restaurantes favoritos todos los meses. Cambiar de casa, de país o de ciudad por cuestiones de trabajo es algo ya común. Se estudia en una ciudad, que luego abandonamos para proseguir los estudios en otra y terminar trabajando en otra diferente. Nuestros espacios urbanos se renuevan constantemente: se mudan las tiendas de lugar y son reemplazadas por otras; se tira una casa para construir un edificio de departamentos que tiempo después será suplantado por otro más grande. Se cierran calles para hacerlas peatonales y otras se abren. La tienda de ropa cambia de un día a otro con una decoración distinta. Los muebles de nuestra propia casa tienen una corta vida y son reemplazados por unos más modernos. Nos mudamos de un edificio a otro para tener un cuarto más, tal vez un balcón o una mejor vista. De cierta manera, permanecemos inmóviles y el escenario de nuestra vida cambia constantemente. Los habitantes de la urbe vivimos en el mismo lugar que nunca es el mismo lugar. Si nuestra relación con cualquier lugar se vuelve fugaz, también son fugaces las relaciones que establecemos con los demás. Los lugares se vuelven lugares del anonimato por donde transitan miles de personas diariamente. La movilidad erosiona las relaciones interpersonales, de modo que la construcción de una comunidad en la cual sus integrantes se relacionen de manera directa es suplantada por una <<comunidad de semejantes>> (Bauman, 2013b, p. 125). No se puede, sin embargo, ser tan ingenuos como para pensar que las relaciones sociales están solamente ancladas al lugar. Como afirma Urry, “las relaciones sociales nunca están fijas y localizadas en el lugar, sino que están constituidas en varios y variados grados a través de ‘entidades de circulación’. (...) La vida social involucra procesos constantes de cambio entre estar presente con los otros (...) y estar distante de los otros”, de tal suerte que “cuando hay ausencia puede haber una presencia imaginada dependiendo de las múltiples conexiones entre personas y lugares” (2012, pp. 46–47). Así, debido a la constante movilidad de las personas, la ausencia se hace mayor a medida que las entidades de circulación son más rápidas, de tal manera que convivimos más con la presencia imaginada que con la real. Esto se agudiza gracias a las múltiples prótesis que nos ayudan a superar esta distancia,

como son las redes sociales y los teléfonos móviles. En efecto, la portabilidad no es más que otra cara de la movilidad, de la cual emerge una sociedad constituida por presencias imaginarias pero constantes que terminan por erosionar las interacciones directas. Se establece bajo esta lógica una sociedad constituida como una red, donde cada nodo puede desaparecer a conveniencia, con sólo apretar un botón.

Tomando en cuenta todo lo anterior parece lógico pensar que la vida musical de las sociedades urbanas no se puede inscribir en marcos de referencia estáticos. La colonización completa del espacio presupone también un cambio profundo en las maneras de hacer música y de consumirla. Por un lado, como ya dijimos, los lugares donde se consume música se han multiplicado exponencialmente y cada uno conlleva características muy particulares que han sido poco trabajadas en la literatura académica, al menos en relación a otros temas de más vasto desarrollo. Ejemplos son: Bull, 2004; DeNora & Belcher, 2000; Kassabian, 2008; Sterne, 1997⁴. Bull analiza cómo se transporta el sujeto en un espacio privado (el automóvil) dentro del espacio público y qué papel juega la música dentro de esta acción. DeNora y Belcher describen la influencia de la música en los sujetos que transita por una calle llena de comercios y cómo esta modifica su conducta e identidad. Kassabian describe cómo la música programada en un Starbucks genera lo que ella define turismo distribuido, o una forma de turismo en la cual uno “viaja sin viajar”. Por último, Sterne describe muchas de las funciones de la música ambiental dentro de un centro comercial, en particular la construcción espacial que se da a partir de ella. Escuchar música en un avión, en un tren o un coche es diferente a escucharla en un centro comercial o una estación de autobuses. Las formas de consumo musical derivadas de la movilidad y portabilidad han engendrado también nuevas formas de socialización con respecto a la música, como, por ejemplo, la interacción que establecen en un espacio público una persona que porta audífonos y una sin ellos. Por esto sugiero que todo análisis de la vida musical en la urbe debería contener como uno de sus ejes teóricos el tema de la movilidad.

⁴ Otros ejemplos son del campo de la psicología social y están enfocados a entender cómo modifica la música ambiental el deseo de consumo de los sujetos en un supermercado (Milliam, 1982) o en un restaurante (Caldwell & Hibbert, 2002; Milliam, 1986; Wilson, 2003).

Podemos ubicar el inicio del proceso de movilización con el nacimiento de los trenes. Como sugiere Urry (2012, p.100), antes de la llegada del tren existía una voluntad de conocer los lugares de manera íntima⁵: entablar conversaciones con los habitantes locales, conocer los recovecos de aquí y allá. El interés por el lugar respondía en cierta medida a un interés más holístico, de tal forma que los lugares tenían lo que Benjamin llama aura (Urry, 2012, p. 100). Sin embargo, la llegada del tren tiene tres efectos fundamentales en el imaginario del sujeto. Por un lado, el tren establece una conexión entre lugares que antes sólo la tenían a través de otros lugares. El tren, entonces, excluye esos lugares intermedios y genera una conexión nueva. Esto implica un cambio sutil pero importante: se establece qué lugares son importantes y cuáles no lo son, sobre todo en términos económicos. Los lugares se vuelven puntos en la circulación de bienes y esto define su grado de accesibilidad. Esto, a su vez, hace que los lugares empiecen a definirse en términos de qué tan parecidos o no son con otros (Urry, 2012, p. 101). El componente aurático se vuelve difuso, si no es que desaparece del todo. En consecuencia, el mundo se transforma en un gran centro comercial de ciudades y lugares: los lugares están ahí para ser *consumidos* (Urry, 2012, p. 102). El segundo efecto central que propicia el tren es la relación que el sujeto establece con el espacio. Éste, a través de la velocidad y la mediación tanto sonora como espacial que establece el vagón del tren con el lugar que atraviesa, empieza a adquirir tintes de postal, se transforma en un paisaje. Se vive desde fuera, de manera fugaz y superficial, sin establecer una directa relación con él. Simplemente se pasa de largo. El tercer efecto que tiene como efecto el tren en el imaginario del sujeto es el de crear un nuevo espacio de socialización: el vagón del tren y

⁵ Esta afirmación se puede sustentar a través de la lectura de novelas de época como *A room with a view* de E.M Foster (2005); en diversos cuentos del libro *Cosmopolitas* de Somerset Maugham (1988) y del mismo autor *The razor's edge* (Maugham, 2000) ; también en diversos relatos de Stefan Zweig como "Ardiente secreto" (2004a) y "Novela veraniega" (2004b). Aunque las historias mencionadas no son propiamente del siglo XIX, ya que se sitúan en los albores del siglo XX, en todos ellos se pueden observar diversas escenas en las cuales los protagonistas que están de viaje no lo hacen de una manera casual, apresurada y transitoria. En cambio, establecen relaciones cercanas con los otros huéspedes de los hoteles donde se alojan. En ellos pasan largas temporadas conociendo tanto el lugar que les rodea como a sus compañeros de estancia. La esencia del viaje que se describe no es meramente el viaje de postal y de monumentos, sino que implica relacionarse con el lugar visitado de una manera mucho más profunda. Es el tipo de viaje que es la antítesis de los viajes de "mochileros", donde en el lapso de un mes, se visitan, por ejemplo, una veintena de ciudades europeas.

la estación de trenes. En el primero aparece por vez primera un espacio que a su vez es estático pero que atraviesa el espacio. En términos sociales, se crea un lugar que establece relaciones entre las personas definidas por la transitoriedad y caducidad temporal. Recordemos que el barco implicaba mucho más tiempo de transporte que un tren. Por otro lado, las estaciones de trenes definen una manera de socializar en la cual las actividades de las personas se sincronizan en función de horarios preestablecidos.

Con la llegada del automóvil las cosas toman un nuevo giro. Por un lado, comienza lo que se ha llamado *economía fordista*. En términos de movilidad, hay dos cambios fundamentales con respecto a los trenes. Por un lado, el automóvil libera al usuario de los horarios que el tren había establecido. La movilidad del usuario se torna mucho más flexible y personalizada, lo que representa un incremento en la variación de los horarios de las personas, que a su vez implica que las actividades de los individuos se vuelven mucho menos organizadas y estructuradas de manera colectiva (Urry, 2012, p. 121). Por otro lado, como algunos teóricos han sugerido, la enorme huella dejada por el nacimiento del automóvil no es tanto por el automóvil en sí, sino por todas las construcciones necesarias para su uso: estacionamientos, calles, señales de tráfico, reglamentos viales, etc. (Urry, 2012, p. 116). La ciudad se transformó en un lugar *para* el coche. Asimismo, “el automóvil produce el deseo de tener flexibilidad y de realizar múltiples actividades que conllevan muchas veces el distanciamiento entre amigos, familia y compañeros de trabajo” (Urry, 2012, p. 122). En consecuencia, las relaciones que establecen las personas entre ellas y con los lugares toman un matiz mucho más impersonal. La transformación de lugar a paisaje que había iniciado el tren se agudiza con el automóvil, ya que dentro de la propia ciudad comienza a suceder lo mismo. El avión es sólo un ejemplo más.

Por otro lado, también la hipercomunicación ha jugado un papel decisivo en la manera como nos movilizamos y como socializamos a través de la música. Las computadoras, el internet, el Skype y las redes sociales han transformado profundamente nuestro imaginario en lo que se refiere a las distancias y a lo que implica viajar y trasladarse. Asimismo, la posibilidad de compartir con algún allegado una canción de manera inmediata (gracias a *Facebook*, *youtube* o *Spotify*), sin importar distancias o

momentos, ha transformado la manera en que hacemos patentes hacia los demás nuestros gustos personales.

Ya mencioné, hasta aquí, los tres temas centrales importantes para esta tesis que se derivan de la movilidad: la creación de nuevos espacios de socialización (estaciones de trenes, autobuses, metros y aeropuertos, amén de los espacios interiores de estos medios de transporte que, recordémoslo, suelen tener música ambiental); el cambio de relación que establece el individuo con el *lugar* y, por último, la flexibilidad de movilización que han originado los nuevos medios de transporte. Este último concepto se refiere a la posibilidad de “ir a donde quiera cuando yo lo quiera”. Esta noción de “libertad” no sólo se reduce a la cuestión de movilización, sino que introduce en el sujeto la idea de que siempre puede, y que incluso siempre debería poder elegir qué, cómo y cuándo. Este proceso de libertad de elección que se extiende a muchos otros campos de la vida cotidiana, contextualiza un proceso de construcción identitaria basado mayormente en la elección individual. Si la introducción del automóvil implicó el distanciamiento entre las personas en la medida que muchas actividades dejan de estar organizadas colectivamente, el ideal de flexibilidad implica un poder de elección personal que incrementa aún más ese distanciamiento entre las personas: el individuo y no la colectividad se vuelve el centro de la vida urbana.

1.2 Consumismo

“El marco existencial que conocemos como “sociedad de consumidores” se caracteriza por refundar las relaciones interhumanas a imagen y semejanza de las relaciones que se establecen entre consumidores y objetos de consumo” (Bauman, 2013c, p. 24). No se trata, me parece, de entender como sociedad de consumidores a una sociedad donde existe una relación unívoca entre los consumidores y los productos que consumen; más bien, como sugiere Bauman, lo que singulariza a la sociedad consumista de otros tipos de

sociedades es que la división entre producto y consumidor se hace borrosa y, en efecto, termina por borrarse (2013c, p. 25). El sujeto, que antes consumía lo que utilizaba, ahora consume en la medida en que el hecho de consumir le otorga una identidad; por lo tanto, el consumo de objetos utilitarios ha dejado paso al consumo de novedades, es decir, al consumo de aquello que los demás también consumen. Se trata, en otras palabras, de no quedarse rezagados, usufructuando productos pasados de moda. Esto supone que el acto de consumir forma parte de la construcción identitaria del individuo. No se trata ya de escoger los elementos de consumo que necesito, sino de que me definan exteriormente como *yo* y que me permitan pertenecer a un grupo social. En este sentido, podemos decir que el consumir se ha vuelto parte de la necesidad de ser uno mismo un artículo vendible, un bien de consumo. En otras palabras, lo peculiar de la sociedad de consumo “es su capacidad de *transformar a los consumidores en productos consumibles*” (Bauman, 2013c, p. 26).

“Se puede decir que el “consumismo” es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere “neutrales” respecto del sistema), en la *principal fuerza de impulso y de operaciones* de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de auto identificación y en la selección y consecución de políticas de vida individuales (...). A diferencia del *consumo*, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el *consumismo* es un atributo de la *sociedad*. Para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada (“alienada”) de los individuos (...) y debe ser reciclada/reificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la “sociedad de consumidores” y mantener su rumbo en tanto forma específica de la comunidad humana (...)” (Bauman, 2013c, p. 47).

En contraposición a la sociedad consumista se encuentra la sociedad de los productores, que podemos denominar como en estado sólido. En términos económicos, la sociedad productora corresponde a la economía *fordista*, mientras que la sociedad consumista corresponde a la economía *post fordista*. Dicha sociedad, la de los

productores, partía de la idea que el consumo de bienes de *confort* podría generar, tanto para el individuo como para la sociedad, un estado de seguridad. Se trataba de producir bienes que proporcionaran estabilidad y que fueran al mismo tiempo herramientas contra los imprevistos de la vida. Un bien sería reemplazado por otro, en función de una mejora sustancial que le permitiría al nuevo producto ganarse un nicho perdurable. El consumo de los bienes no sería instantáneo sino una reserva contra las calamidades que el futuro pudiera traer consigo, una suerte de ahorro en pos del futuro incierto. Pero la dinámica productiva, como sabemos, ha seguido otro camino. Con el advenimiento de la movilidad y su lógica de desplazamiento interna y externa, ha surgido el aprovechamiento instantáneo de los bienes. La lógica del tiempo de aquel que se encuentra en constante desplazamiento se parece a la de un nómada. La incertidumbre acerca de dónde se estará mañana, e incluso de si se estará mañana, crea una lógica del acto en el momento preciso. “¿Si no lo hago ahora, entonces cuándo?”. Como nos comenta Bauman, la manera de percibir el tiempo pasa de ser cíclica o lineal, a puntillista⁶. “Un tiempo que está más marcado por la profusión de *rupturas y discontinuidades*, por los intervalos que separan los sucesivos bloques y establecen los vínculos entre ellos, que por el contenido específico del bloque en sí” (2013c, p. 52).

Esta percepción temporal implica una nueva dinámica del deseo. En la medida en que dentro de la lógica de la movilidad todo se vuelve expectativa, *el llegar* está siempre un paso más allá. El deseo ya no es vehículo sino meta. No se desea para poseer sino para seguir deseando. Desear desear es lo que nos transforma en una sociedad consumista. “El consumismo no asocia tanto la felicidad con la *gratificación* de los deseos sino con un *aumento permanente del volumen y la intensidad* de los deseos, lo que a su vez desencadena el reemplazo inmediato de los objetos pensados para satisfacerlos y de los que se espera satisfacción (Bauman, 2013c, p. 50). Importa más la experiencia de consumo como tal que aquello que se consume, y de ahí la necesidad del reemplazo constante de los bienes de consumo, que se reducen a mero combustible de nuestros deseos. También de ahí que en la actualidad no se vendan los productos por su función

⁶ La metáfora de tiempo puntillista es retomada del pensador Michel Maffessoli (2001, *passim*)

utilitaria sino por las experiencias que posibilitan e incluso por las sensaciones que provocan. En México, los comerciales de Telcel, la compañía más grande en telecomunicación móvil del país, son un buen ejemplo de ello. En la mayoría de esos comerciales se ve un globo aerostático transitar por espacios abiertos e idílicos del territorio mexicano. En otros planos, se ve gente que, siempre sonriente, está en movimiento constante conociendo lugares nuevos. En la cima de una montaña un joven atractivo saca el móvil para hablar con algún conocido. Frente a un lago, un padre y sus hijos se comunican por medio de una *tablet* en video conferencia con la mamá. Todas estas personas, viviendo vidas maravillosas, gracias a Telcel, tienen la posibilidad de ser libres y, por ende, felices, porque *están siempre comunicados*. Telcel no nos vende en sus comerciales aditamentos particulares o productos tangibles, sino las experiencias de libertad y felicidad que se derivan de la posibilidad de estar comunicados en todo momento.

En la movilidad exacerbada que vivimos en la actualidad, lo importante son las experiencias y, aún más importantes que éstas, su registro. Se registra para no olvidar, pero precisamente el registro (la foto, el video, la grabación, hoy día perpetuamente a nuestro alcance) exoneran de recordar. El registro rara vez se consulta, precisamente porque su almacenamiento se da por seguro. Así, en vez de ser una herramienta del recuerdo, se torna una puerta hacia el olvido. E incluso esto no es del todo cierto, porque olvidar supone haber tenido una experiencia *real*, pero cuando el afán de registro se torna exorbitante, gracias a los instrumentos que lo ponen a nuestro alcance como nunca antes, el registro sustituye la experiencia misma, se adelanta a ella, la almacena antes de haberla vivido, como esos turistas que entran en un templo con las *tablets* en alto, fotografiando el lugar aun antes de verlo, y no pocas veces sin llegar a verlo nunca, a cambio de fotografiarlo profusamente. La experiencia, así, queda felizmente desechada en favor de su custodia perenne, y esa custodia, que la transforma en cosa, en objeto almacenable, es lo que propicia a su vez que una cosa, un objeto, un producto, incluso una persona, sean vividos como una experiencia finita, acumulable y descartable. Así, el mundo de las relaciones amorosas se transforma en un mercado (Illouz, 2012, *passim*) donde uno debe

erigirse como bien de consumo para poder ser elegido y, de la misma manera, uno tiene la posibilidad de descartar a aquellas personas que eligió y reemplazarlas con unas nuevas, pues cada persona es sólo una experiencia más. La lógica del descarte funciona dentro del ámbito del trabajo donde las empresas contratan y despiden constantemente a sus trabajadores y donde los trabajadores deben reinventarse a sí mismo constantemente como bienes de consumo para que las empresas los sigan contratando.

Bauman asocia el vértigo del descarte y el reemplazo con la lógica que rige a la ciudad de Leonia, una de las ciudades invisibles de Italo Calvino, donde “uno empieza a preguntarse si la verdadera pasión de Leonia es realmente disfrutar de cosas nuevas y diferentes, como dice, o disfrutar más bien en expulsar, descartar y limpiarse a sí mismos de toda impureza recurrente” (Bauman, 2013c, pp. 58–59). Y, en efecto, en una lógica de tiempo puntillista donde la transición es lo más relevante, uno debe estar siempre iniciando y terminando para volver a iniciar y así poder volver a estar en transición. No hay tiempo de agotar una situación a costa de establecernos en ella: debemos siempre partir. “La principal atracción de una vida de consumo es la oferta de una multitud de nuevos comienzos y resurrecciones (...) la construcción y reconstrucción de la propia identidad con la ayuda de los *kits* de identidad disponibles en el mercado (...)” (Bauman, 2013c, pp. 73–74). Por ende, los objetos de consumo terminan por transferir a sus portadores el valor del producto (Bauman, 2013c, p. 70).

Si el individuo es elevado a nivel de bien de consumo y, por lo mismo, debe actualizarse constantemente, estamos siempre obligados a elegir, y esta elección se presenta con los visos de una “libertad de opción” (Bauman, 2013c, p. 105). En la lógica individualista, libertad es ser libres de elegir. Tenemos tantos productos a nuestra disposición, que tenemos la ilusión de que gozamos de una libertad extrema, puesto que podemos decidir qué, quién y cómo queremos ser y ser vistos. Lo que encubre esta supuesta libertad es que hemos perdido la libertad más importante, aquella que consiste en no querer elegir. “Uno sólo puede abstenerse de elegir a costa de perder su libertad” (Bauman, 2013c, p. 119).

Con respecto a la música, podríamos afirmar que el que consume música ya no lo hace en función de su calidad o de su gusto, sino del tipo de experiencia que genera y, en concreto, del tipo de construcción identitaria que suscita. Como lo decíamos antes, el consumidor actual de música es ecléctico. No se adhiere ya a un género musical en particular, sino que prueba de todo. Se atomizan tanto los gustos, que el sujeto ya no muestra predilección por un músico, sino por canciones particulares. La calidad de un músico se torna un elemento esencialmente individual que no se adscribe a una corriente estética ideologizada. Para convencerse de ello, basta leer las reseñas de discos en la gran cantidad de blogs que hay en internet e, incluso, en las revistas “especializadas” en música. La calidad musical (que debería juzgarse en términos del éxito tanto estético como técnico de la función particular de una música dada) pasa a un segundo plano. De la misma manera, el gusto no se construye en función de unas guías estéticas a las que uno se adhiere, sino que más bien se apega más a la noción de gozo. Se puede disfrutar de la música que sea, siempre y cuando sea una experiencia novedosa y diferente. Así, con fragmentos atomizados de experiencias estéticas, se construye la propia identidad una y otra vez. Se trata de disfrutar una música en un momento particular y sustituirla por una nueva lo antes posible. ¿Cómo podemos, por lo mismo, hablar de un “gusto” y “calidad” musical, cuando no hay tiempo suficiente para involucrarse profundamente en una experiencia musical concreta? Así, se enfrentan lo totalitario contra lo fragmentario. Es por eso que las funciones y el uso que se le da a la música en la actualidad toma carices muy diferentes con respecto a otras sociedades y épocas pasadas. Es por eso, asimismo, que la música ambiental, como veremos más adelante, se vuelve un tema crucial para el estudio de la música en la actualidad.

Queda una pregunta abierta a todo lo dicho sobre la sociedad consumista. ¿Cuáles son los mecanismos o, mejor dicho, el mecanismo por el cual la sociedad logró producir tal cantidad y variedad de bienes de consumo, capaces de suplir la creciente demanda? Intentaremos responder a esta pregunta en la siguiente sección.

1.3 Estetización

Ante un modo de producción como el que rige nuestra sociedad, que se ve obligado a producir constantemente cosas “nuevas”, es inevitable preguntarse cómo es posible dotar de un nuevo significado y valor a un objeto que cumple esencialmente las mismas funciones que otro. Si no es a través de una real innovación tecnológica, la única respuesta posible es que ese nuevo significado hay que buscarlo en el terreno de la estética. En efecto, las especificaciones técnicas de los diferentes automóviles, de los diferentes aparatos tecnológicos como el teléfono móvil, las computadoras personales o los relojes, de la ropa, de los muebles y de los productos de limpieza, son esencialmente las mismas. ¿Qué los distingue unos de otros, entonces? La forma, el diseño. Cada producto encierra, más allá de su utilidad, ciertos valores o rasgos de elegancia, de libertad, de comodidad y de gusto que le son transferidos a su dueño en el momento en que éste realiza la compra. En consecuencia, a paridad tecnológica, la experiencia que se tenga del objeto dependerá en gran parte de estos valores añadidos. Todos los teléfonos móviles, con pequeñas diferencias, hacen lo mismo y funcionan igual. La diferencia fundamental entre una PC Windows y una Apple radica en el diseño, ya que, en la práctica, la inmensa mayoría de las personas las utilizan para lo mismo: mandar mails, tener acceso a internet, ver películas y escribir en Excel o Word. Los coches que se pueden adquirir que se encuentran en la misma gama de precio tienen casi siempre los mismos caballos de fuerza, el mismo uso de gasolina y las mismas funcionalidades agregadas (como gps, radio, bluetooth, etc.). Sólo a través de la construcción de la imagen de la marca y los valores que ella misma manifiesta tener de manera exclusiva, podemos encontrar alguna diferencia que singularice cada coche. Nos encontramos en un momento histórico “donde los sistemas de producción, de distribución y de consumo están impregnados, penetrados y remodelados por operaciones de naturaleza fundamentalmente estética” (Lipovetsky & Serroy, 2013, p. 11). A esta noción la llaman Lipovetsky y Serroy el capitalismo artista. Por todos lados asistimos a una realidad que se

construye “como una imagen que integra una dimensión estético-emocional que ha devenido central en la competencia que libran las marcas” (Lipovetsky & Serroy, 2013, p. 12).

En un principio, el arte estaba supeditado a un sistema social y religioso, que era de donde extraía su sentido último. Los productos artísticos no tenían una intención puramente estética, sino que tendían más a tener una función ritual o incluso mágica⁷. A lo largo de la historia el arte se separó de ese trasfondo ritual para alcanzar una autonomía que ya no necesitaba de un contexto religioso o utilitario para justificarse. El artista se erigía por su propia voluntad en genio y creador y su producto podía y debía ser consumido de manera exclusivamente estética. El artista se separaba del artesano⁸. Esto, paradójicamente, convirtió al arte en una suerte de religión, donde la experiencia estética era trascendental y autosuficiente. Posteriormente, a principios del siglo XX, bajo la mano de diferentes corrientes artísticas, la desacralización del arte supuso sacarla de su lugar de culto (el museo, las salas de conciertos, el teatro, etc.) para devolverla a la calle e imbuir a la vida cotidiana con la espiritualidad propia de la experiencia estética. Como bien dice Michaud, “ahí donde había obras sólo quedan experiencias (...) y las intenciones, las actitudes y los conceptos se vuelven sustitutos de obras” (2012, pp. 11-12). El producto artístico pasó de ser un objeto a ser una experiencia, como los *happenings* y las andadas surrealistas y dadaístas por París. Paralelamente, las posibilidades técnicas de la reproducción de los objetos artísticos, como la fotografía, el cine o la grabación sonora, no sólo permitieron el crecimiento exponencial del comercio artístico sino, citando una vez más a Benjamin, eliminaron el componente aurático de las piezas artísticas. En la época actual, denominada por Lipovetski *transestética*, el arte “ya no simboliza un cosmos, ni expresa narraciones trascendentes, ni es más el lenguaje de una clase social, sino que funciona como estrategia de *marketing*, puesta en valor ‘distractivo’: juegos de seducción siempre renovados para captar el deseo del neo consumidor hedonista y aumentar la cifra de los negocios de las marcas” (Lipovetski, 2013, p. 26). “A la hora de la estetización de los

⁷ Véase los dos primeros capítulos de la Historia del arte de E.H. Gombrich: “Extraños comienzos” y “Egipto, Mesopotamia y Creta” (2006, pp. 37-60).

⁸ Revisar capítulo 15 de Gombrich: “La consecución de la armonía” (2006, pp. 215 – 245).

mercados de consumo, el capitalismo artista multiplica los estilos, las tendencias, los espectáculos, los lugares de arte; lanza constantemente nuevas modas en todos los sectores y crea a gran escala el sueño, el imaginario, las emociones; vuelve artístico el dominio de la vida cotidiana (...) (Lipovetsky & Serroy, 2013, p. 26).

En pocas palabras, todo está imbuido de un sentido artístico. El peluquero se transforma en un estilista, los cocineros en artistas culinarios, los jardineros en paisajistas. Asistimos a la democratización e individualización de los valores de creación artísticos (Lipovetsky & Serroy, 2013, p. 28). Cada uno de nosotros puede ser el diseñador de su vida y de sus propios objetos. La personalización de cada aspecto de nuestra vida en términos de creación es uno de los valores ejemplares de la sociedad actual. Cambiamos la carátula a los móviles y el fondo de la pantalla de nuestro ordenador. Nos tatuamos en el cuerpo imágenes significativas que nos “desmarcan” frente a los demás. Podemos asimismo “personalizar” el color de las paredes de nuestra casa, mezclando a través de una computadora diferentes pinturas hasta obtener el tono deseado, e incluso podemos a través de la cirugía estética cambiar a nuestro antojo la apariencia de nuestro cuerpo. De lo que se trata, en última instancia, es de otorgarle a toda nuestra vida un sentido de creación. Sin embargo, no hay que confundir la adopción del arte por parte del capitalismo artista, con fines exclusivamente de consumo, con la victoria de lo bello (Lipovetsky & Serroy, 2013, p. 39). Que la consecuencia de esto sea, en efecto, el triunfo de la belleza como un valor ético-estético, es otra cosa. Como lo vimos en la sección anterior, el individuo está sometido a la obligación de re-crearse constantemente. Es un hecho que nos hemos convertido en esclavos de la belleza. Los valores éticos se entremezclan con los valores estéticos. El famoso eslogan “belleza es salud” es buen ejemplo de eso. Puesto que los valores estéticos se corresponden con las sensaciones y los sentimientos, las experiencias que uno vive también deben ser congruentes con una vida bella. Los sentimientos de envidia, odio, enojo o tristeza son “tratados” en la sala privada del psicoanalista. El ruido, que tiene connotaciones estéticas negativas, es suplido por audífonos o música ambiental para evitar todo contacto con lo feo y lo desagradable. El aburrimiento se neutraliza con los teléfonos portátiles. Por todos lados se extienden las

normas de valor estético: “placer, emoción, sueño, evasión, diversión” (Lipovetsky & Serroy, 2013, p. 35).

Resumiendo, podemos afirmar que hay, al menos, tres grandes ejes que definen la posmodernidad. El primero es el de la creciente movilización en sus diferentes facetas, ya sea la movilización física (transportes), la de la información (hipercomunicación) o la de bienes de consumo. En el caso específico de la música: la portabilidad de la misma (los reproductores portátiles) y el acceso generalizado a ella, independientemente de su lugar de producción. El segundo eje es el consumismo en el cual está inmerso la sociedad y que hace que el individuo se vea obligado a una continua transformación y producción de su propia identidad. El último eje sería la estetización generalizada de los bienes de consumo y de los sujetos mismos. Asistimos a la época de la individualización, en la medida en que las posibilidades de hacer todo aquello que se quiera, como se quiera y cuando se quiera, son valores esenciales de la sociedad occidental. Toda lógica responde a otorgarle al individuo la idea de libertad de elección. Para esto, los bienes de consumo deben transformarse para presentarse siempre como nuevos, y la manera de lograrlo es por medio de su conversión en experiencias estéticas. Dentro de estos tres grandes ejes se inscribe el fenómeno de la música ambiental, como el de una música omnipresente que estetiza nuestros espacios, tanto privados como públicos y, asimismo, nuestras experiencias dentro de los mismos. La música nos acompaña a donde vayamos y, por lo mismo, la consumimos como nunca antes. Su producción, obedece a la lógica del reemplazo constante, de tal manera que normalmente hay siempre una nueva canción que se acople a los gustos particulares de cada individuo. En el siguiente capítulo estableceremos los límites teóricos del concepto de música ambiental que, como ya dicho, es un “tipo ideal” que nos ayudará a pensar este fenómeno.

Capítulo 2: ¿Es música de fondo o Muzak?

En este capítulo se explorarán las diferentes acepciones y usos de los términos *Muzak*, *Ambient music*, *Background music*, *Foreground music* y otros, en busca de una definición teórica funcional del objeto de estudio de esta investigación. Asimismo, también analizaremos los modos de percepción y escucha que implican las *músicas ambientales*.

Radano (1989^a, p. 459) escribe: “En este ensayo, empleo el término ‘Muzak’ de manera general para referirme a todas las formas de música programada”. En Groom (1996, p. 15), también una afirmación del género: “Lanza utiliza el término ‘Muzak’ de manera ambigua, ya sea para referirse al producto particular de la corporación Muzak, o como música de fondo en general; yo lo utilizo con la misma ambigüedad”. Kassabian (2013, p. 2) afirma que existen pocos estudios sobre la música que nos sigue de cuarto a cuarto, llamada música programada, música de fondo, música ambiental, música de negocios o música funcional. En el mismo libro, más adelante (2013, p. 4), nos dice que existen dos historias escritas sobre este tipo de música: la industrial y la crítica. La primera está representada por el libro de Joseph Lanza, *Elevator music: a surreal history of muzak easy listening and other moodson* (Lanza, 1995); la segunda es una historia de cómo la música ambiental nació y se le confundió con la música funcional. Como vemos, nos encontramos con una maraña de conceptos discordantes. Agreguemos, además, la definición que la misma Anahid Kassabian propone, *ubiquitous musics*, que más tarde abordaremos con detalle y que, sin embargo, abarca desde la música que suena como *ringtone* en el celular, hasta la música de un bar. Así, antes que nada, se hace necesario el esclarecimiento de cada uno de los conceptos antes mencionados.

2.1 Muzak, sus variantes y confusiones.

Nos puede ayudar, tal vez, este pasaje del libro *Butes* de Pascal Quignard (2011), en el que el autor francés nos sitúa en uno de los episodios musicales más antiguos de la cultura occidental, aquel que protagonizan Butes, Orfeo y los Argonautas cuando navegan frente a la isla de las Sirenas:

Reman. Reman. Surcan la mar. La vela está firmemente tensada por las drizas de la verga. Un viento rápido les ayuda y empuja el navío. El barco se aproxima a la isla de los pájaros con cabeza de mujer que en griego se llaman Sirenas. De pronto se eleva una voz femenina y maravillosa. La voz avanza sobre la mar hacia los remeros. Proviene de la isla. De inmediato quieren detenerse; quieren escuchar ese canto; dejan los remos; se levantan de su banco; destensan la vela; van a buscar las piedras ancla; se preparan para lanzar las amarras; quieren alcanzar la orilla de la isla.

Es entonces cuando Orfeo sube al puente del navío y allí se sienta. Coloca su caparazón de tortuga sobre sus muslos. Tensa con fuerza las cuerdas de cítara que fabricó en su casa, en Tracia. Ha añadido dos cuerdas a las siete cuerdas de la lira. Con la ayuda del plectro, tañe un contra-canto extremadamente rápido con el fin de rechazar la llamada de las Sirenas (...).

Ahora la intensidad y la belleza de la melodía de los pájaros parecen retroceder sobre la mar. Ahora los cincuenta héroes ya no escuchan con nitidez ese canto anonadador; apartan su mirada de estos tres pájaros realmente turbadores que ofrecían sus senos, que elevaban tan alto su canto, que giraban hacia ellos un rostro que podría llamarse humano. Ocupan de nuevo su fila. Toman otra vez su remo. Están golpeando ya la mar del mismo modo en que Orfeo golpea su cítara para darle un mismo ritmo a los movimientos de sus manos (...). (2011, pp. 9–10)

Butes abandona su lugar y su remo y decide tirarse a la mar. “Butes nada con fuerza, hasta tal punto su corazón arde por escuchar, escribe Apolonio, las voces agudas de los pájaros con cabezas y senos de mujer (...)”. (Quignard, 2011, p. 10)

Butes se avienta al mar, encantado por la música de las sirenas. La música de Orfeo, mecánica y rítmica, no lo seduce lo suficiente o, tal vez, no le impide seguir escuchando aquel canto embelesado que suena ahora en un segundo plano. Los demás argonautas,

sin embargo, regresan a su trabajo, a remar, ayudados por esta música que se sobrepone a la primera. Hay dos músicas que se contraponen: la que nos llama la atención, que nos encanta y hace que nos olvidemos de nosotros mismos, y aquella que funciona como una voz sin cuerpo, destinada a alterar el ambiente e invocar a la divinidad. Podríamos argumentar que los argonautas no son salvados por Orfeo, sino por Apolo, el dios de la música civilizada y, sobre todo, el dios de la memoria⁹. La música de Orfeo les hace recordar a los argonautas, extasiados por la música de las sirenas, lo que han olvidado. Lo importante de esta analogía es que existen dos tipos de música: aquella que escuchamos mientras realizamos una acción cualquiera, y aquella que escuchamos en un estado de contemplación activa. Digamos que la primera música decora nuestra realidad, mientras que la segunda nos impone una realidad.

Lo interesante de la analogía mitológica es la presentación de la música en dos planos diferentes: cuando la música de las sirenas se presenta en un primer plano, los argonautas reaccionan ante ella como unos poseídos, atraídos de manera irresistible por el maravilloso canto; en cambio, cuando esa música pasa a un segundo plano, pueden regresar a sus labores. Se podría argumentar que lo que sucede es que la música de Apolo tapa por completo a la música de las Sirenas, volviéndola inaudible, pero el hecho de que Butes deje de remar y abandone la nave, demuestra lo contrario: esa música se sigue escuchando.

Lo que me gustaría recuperar de este episodio mítico es la capacidad que tiene Butes de escuchar una música que se encuentra en un plano secundario de su paisaje sonoro y que, a pesar de ello, dicha música tiene un efecto claro sobre su persona. De la misma manera, los demás argonautas son capaces de “trabajar” mientras escuchan

⁹ En mi tesis de maestría: *La música del Dios Pan* (Morábito, 2012) muestro como existen tres tipos de música griega en la dimensión mitológica. La primera es la música apolínea, que está relacionada íntimamente con la técnica musical y el estado civilizado del hombre griego en las polis. Las musas están íntimamente relacionadas con Apolo y de ahí se desprende que su música, a través de la exaltación de la memoria, es una música del recuerdo y civilizadora. La segunda música es la dionisiaca, que invita al trance y, por lo mismo, al olvido del yo y del individuo. Este olvido del yo, es el regreso a un estado de animalidad que invita al hombre a recobrar su estado anterior a la condición civilizada. La tercera música es la música pánica, que busca mantener un equilibrio entre olvido y recuerdo, entre civilización y barbarie.

música. En este episodio hay siempre una música que es escuchada como trasfondo del objeto principal de la experiencia, bien sea remar, bien sea la música de Orfeo. Este es el concepto básico de Muzak, programar música que siempre se escuche en un segundo plano. Para ponerlo en términos clínicos, como dice Lanza, “(...) la *mood music*¹⁰ traslada a la música de ser figura a fondo, para fomentar la escucha periférica. Los psicoanalistas podrían decir que desplaza nuestra atención del contenido manifiesto de la música al contenido más surreal y latente de la misma” (Lanza, 1995, p. 3).

Desde el nacimiento de la corporación Muzak¹¹ y la venta de su producto, este se ha diversificado en un sinnúmero de vertientes tanto estilísticas como funcionales. Tal fue el impacto de esta corporación, que cierto tipo de música, a veces definida con base a sus características estéticas y a veces con base a su uso, lleva su nombre. Esto ha generado, como ya vimos, cierta laxitud en el uso del término “Muzak”. En un momento particular de su historia, hablar de Muzak restringía de manera clara los límites y funciones de cierta música, pero en la actualidad estos límites se han desdibujado. Para intentar esclarecerlos, empecemos por afirmar que el tipo de servicio que ofrece la corporación Muzak no es otra cosa que el concepto de *música programada*. Como lo dice Sterne (1997, p. 24), existe una tradición que adopta el nombre de una marca para referirse a un tipo de música, pero en la actualidad existen numerosas empresas que ofrecen los mismos servicios, como son 3M, Audio Enviroments, Inc., Musicologic, Original Music y otros. En

¹⁰ Así se nombró la música que vendía la empresa Muzak.

¹¹ La corporación Muzak fue fundada por el General Squier en 1920 “cuando patentó la transmisión de música de fondo por corriente eléctrica”. El nombre es la combinación de la palabra «music» con Kodak, la compañía favorita de alta tecnología del general Squier. Una de las primeras aplicaciones de Muzak fue en los elevadores que causaban cierta ansiedad y miedo a sus nuevos usuarios. A través de la música se intentaba calmarlos. “En la década de los 60's, Muzak expandió su alcance dentro del área de trabajo con ‘música funcional’. Ofreciendo dos distintos programas para oficinas / fábricas y restaurantes/tiendas, estas selecciones se programaban en bloques de 15 minutos que aumentaron la concentración, bajaron los niveles de presión arterial y elevaron la productividad con un aumento gradual de la intensidad de la música. Esta sofisticada secuencia otorgó a los empleados / consumidores un pequeño ‘empuje’ cuando más lo necesitaban.” Este es el resumen de la historia de Muzak como lo expone la página de la empresa Muzak (Muzak, n.d.). En la misma, hay una sección donde a través de frases de marketing como: “Cada huésped puede recibir un sonido sobresaliente, claro y natural que mejore la experiencia en su estadía. Una ambientación para cada área es esencial para generar un sentido de comodidad”, Muzak vende, en este caso particular, su producto a hoteles. Sin embargo, hay para centros de salud, restaurantes, salas de juntas y muchos lugares más.

resumen, la música que vende Muzak es música programada. Ahora bien, ascendiendo en la jerarquía de conceptos, podemos también afirmar que la música programada es música *funcional*. En el artículo *Músicas invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión* (2002), Josep Martí define la música funcional como “aquel tipo de música al que se le otorgan funciones específicas y bien diferenciadas de las que nuestra sociedad tradicionalmente asigna a la música como <<arte>>”. Cabe aquí hacer una breve consideración al respecto del término “música funcional” y sobre la distinción entre los usos y funciones musicales. Según Alan P. Merriam, “la palabra <<uso>> se refiere a las situaciones humanas en que se emplea la música; <<función>> hace referencia a las razones de este uso y, particularmente, a los propósitos más amplios a los que sirve” (2008, p. 277). En la sociedad contemporánea occidental, los usos de la música incluirían ponerla en fiestas, en centros comerciales, en reproductores de música personal, en conciertos, en restaurantes, etc. Sin embargo, la función que cumple es diversa y variada. En un concierto cumple, entre otras, una función de goce estético; en un reproductor de música personal pueden cumplir una función de entretenimiento o de modo de control del estado de ánimo del usuario; en un centro comercial puede tener la función de representación simbólica. Bajo esta lógica, cuando Martí explica que la música funcional tiene una razón de uso diferente a la que tradicionalmente se le da a la música “como arte”, se refiere, seguramente, a que la razón de uso no es primordialmente su contemplación y goce estético, sino uno diferente.

Vale recalcar que una misma pieza musical puede ser en un momento dado música funcional y no funcional. El *Requiem* de Mozart presentado en una sala de conciertos no es el mismo *Requiem* ejecutado como parte de la liturgia católica. La manera en la que se presenta la música es la que define su función. Como dice Stern, “toda la música grabada es en potencia Muzak” (1997, p. 24). Por supuesto, esta definición está restringida al ámbito occidental contemporáneo. En el libro *Noise* de David Hendy, particularmente en el capítulo intitolado “The new art of listening” (El nuevo arte de escuchar), el autor nos recuerda que a lo largo del siglo XIX, justo cuando la revolución industrial alteró el paisaje

sonoro que nos rodea, al introducir el sonido mecánico producido por las máquinas, nació la necesidad de poder escuchar en silencio y de manera devota “el poder sublime de algunos sonidos particulares” (Hendy, 2013, p. 233), entre ellos, el de la música. Desde entonces se instituyó el concierto de música clásica como lo entendemos actualmente: aplausos, silencio sepulcral para poder apreciar la música con completa atención, seguida de aplausos para determinar su final. Hendy afirma que

Sólo un siglo antes, escuchar música – incluso música clásica - era una actividad sorprendentemente relajada. Esto, debido en gran parte a que muchas de las personas no estaban escuchando en lo más mínimo. (...) incluso si los músicos tocaban en las mansiones y casas señoriales de los ricos, esta música era generalmente un ‘trasfondo agradable para poder coquetear, chismear, cenar’, e incluso si los músicos tenían la oportunidad de tocar en la ópera, se enfrentaban a un auditorio inquieto. (2013, p. 234)

De esta suerte, en el siglo XIX la música comenzó a escucharse como si de algo sagrado se tratara, ya que, para alcanzar el estado de éxtasis, se tenía que establecer una relación directa y pura con ella, lo que implicaba una gran concentración (Hendy, 2013, p. 236). Escuchar la música con la actitud y con el objetivo descrito anteriormente es una consecuencia directa de un cambio social y no algo que la música pide por sí misma. Un ejemplo de esto nos lo da Béla Bartók, cuando afirma que los campesinos nunca habrían podido entender la música que cantaban durante la época de siega, al margen de esa actividad específica, es decir, como un fenómeno estético separable del contexto de su producción.

Ellos consideraban tan natural y necesario como cualquier otra indispensable manifestación de vida que la fiesta de Navidad debiera celebrarse con un regös, o que las nupcias no pudieran desarrollarse sin determinados ritos, o que en ocasión de la siega correspondiera cantar los llamados “cantos de siega”, y exclusivamente éstos. Por otro lado, debemos tener en cuenta que un campesino consideraba a la vez absolutamente inconveniente cantar cantos regös, nupciales o de cosecha, por el solo deseo de cantar. (Bartók, 2010, p. 53)

Sin embargo, en la actualidad incurrimos en esta inconveniencia al interpretar en concierto una música que, en su origen, estaba destinada a ser escuchada y producida de otras maneras.

Ahora bien, dentro de la música programada existen dos tipos: la música de fondo (*background music*) y la música en primer plano (*foreground music*). La primera, como lo dice someramente Kassabian (2013, p. 5), “es lo que llamamos ‘música de elevador’”, y la segunda se refiere a las obras originales de artistas. La pregunta que surge es, por supuesto, ¿qué es la música de elevador? A lo que se refiere Kassabian es a un tipo de música que tiene características estéticas muy particulares. Sterne la define de esta manera:

Arreglos sinfónicos de canciones bien conocidas, contemporáneas y tradicionales, que hacen un uso prolífico de instrumentos de cuerda, pero que se alejan de los instrumentos de metal, la voz y las percusiones. (1997, p. 29)

El objetivo último de la música de fondo es una discreción que desemboca en el anonimato. Se presenta como algo familiar, pero sin comprometer la atención del escucha. De hecho, una cosa está ligada a la otra: por ser familiar, no exige nuestra atención; sólo exige la suficiente para reconocerla. No nos dice nada más allá de ese mensaje de reconocimiento que es además placentero; un poco como la voz de la madre que arrulla a su bebé, que no le transmite otra cosa que el sonido de su voz para tranquilizarlo. Incluso en aquellos casos en que desconocemos la melodía, ésta se presenta con los rasgos tranquilizadores de lo familiar. Puede que nunca la hayamos escuchado, pero su estilo está pensado para no causarnos el menor sobresalto (Radano, 1989, p. 450), como si de hecho ya la hubiéramos escuchado con anterioridad. Así, si tuviéramos que indicar un elemento esencial de esa música, quizá el más responsable de modelar su estilo, ese sería el de la aprobación general (Radano, 1989, p. 455). Novedosa o no, es música, que por el estilo de sus arreglos y por la modalidad de su escucha, se presenta siempre como una música aprobada, de la cual nada debemos temer, en cuanto

incapaz de suscitar contenidos o sensaciones inéditas, inesperadas o perturbadoras. Radano diría que es “un acompañamiento sónico, psicológicamente activo, minuciosamente diseñado para mantenerse por debajo del umbral de atención común” (1989, p. 450). Siguiendo a Sterne (1997, p. 30), podemos afirmar que la música de fondo rehúye la particularidad, eliminando todos aquellos elementos distintivos de las piezas que transmite.

La música en primer plano es aquella música programada que, como dice Kassabian, transmite piezas hechas por los artistas originales. En otras palabras, en vez de escuchar un arreglo sinfónico de *Tears in heaven* de Eric Clapton, escucharemos la grabación original de esa pieza.

Para resumir: existe un tipo de música llamada funcional y, dentro de esta música, existe la música programada, que es un servicio que ofrecen diferentes empresas y que puede ser música de fondo o bien música en primer plano.

El concepto de *mood music* no es otra cosa que un sinónimo de la música programada por Muzak, cuando ésta fue introducida por primera vez al mercado. Nos quedan, sin embargo, dos conceptos más por analizar: músicas ambientales (*enviromental music o ambient music*) y *ubiquitous musics*. Me gustaría hacer la distinción entre *enviromental music*, que a grandes rasgos es un sinónimo de música de fondo, y *ambient music*. Esta última, inaugurada por *la musique d’amueblement* de Eric Satie, lleva entre sus defensores y compositores a personajes como John Cage y Brian Eno. Los defensores de esta música argumentan que es una música que tiene dos modos de escucha: tanto el de música de fondo como el de música en primer plano (Kassabian, 2013, p. 5). En otras palabras, es una música que se pueda escuchar de manera distraída pero también atenta. Como bien indica Kassabian (2013, p. 5), alrededor de los años 80 la diferencia entre música de fondo y música en primer plano se volvió borrosa. Esto se debió a que el criterio de distribución pasó de ser el de la atención que se presta a lo que se escucha, a las características estéticas de lo que se escucha. Ahora bien, sugiero que una diferencia más esencial radica en una cuestión de voluntad. ¿Quién hace la música y para qué? ¿Quién la

escucha y cómo? Se supone, por ejemplo, que la *ambient music* tiene un carácter artístico que la *enviromental music* no tiene. Es decir, la segunda música está íntimamente relacionada con la música producida por Muzak, música que para sus detractores carece de valor artístico, mientras que la *ambient music* sí lo tiene. Joseph Lanza, a lo largo de su libro, busca justamente demostrar lo contrario, o sea que la música producida por Muzak sí tiene valor artístico y que, por lo mismo, puede ser escuchada de manera atenta. Esta discusión pasa por alto el hecho de que cualquier música puede ser tanto *ambient* como *enviromental* y que eso depende del escucha y de la voluntad del que la programa, no de la voluntad de su creador. Argumentar que una música no tiene valor artístico es entrar en una discusión que probablemente no dé frutos. Ningún tipo de arte tiene, como ya lo han demostrado innumerables académicos, un valor intrínsecamente artístico, sino que este le es atribuido por los consensos sociales¹². Bajo esta premisa, la *ambient music* y la *enviromental music* pueden o no tener valor artístico. Como ya lo dije, su diferencia podría radicar más en una cuestión de voluntad. Mientras que la *ambient music* está compuesta como un objeto con valor artístico y para ser consumida de esta manera, la *enviromental* no lo está. Ahora bien, quedará siempre, en última instancia, en las manos del consumidor cómo escuchar cada una y decidir si tienen o no valor estético.

Aunque la traducción de estos dos conceptos al español es la misma: “música ambiental”, este será el concepto clave que utilizaremos en las páginas a siguientes. A continuación, se analizará este concepto.

2.2 Martí, la música ambiental, las músicas ubicuas y todas las músicas.

Para Josep Martí (2002) existen dos tipos de músicas funcionales, aquellas que son impuestas y aquellas que no. Las músicas que se nos aparecen aquí y allá en la

¹² Al respecto se puede revisar: Prior (2013), Bordieu (2002, 2003), Frith (2002)

cotidianidad y de las cuales no podemos escapar son músicas funcionales impuestas, mientras que aquellas que escuchamos de manera voluntaria no lo son. Esta distinción es importante. Por un lado, hace referencia a una cuestión de poder, en tanto que como habitantes de una urbe no tenemos libertad de elección sobre toda la música que escuchamos. Por otro lado, es importante remarcar que no menciona músicas programadas, sino músicas funcionales, con lo cual el abanico de músicas a las cuales se refiere se ensancha grandemente. A la música funcional impuesta, Martí la denomina música ambiental. Este concepto, definido de una manera tan elegante y sencilla, será el tema de central de nuestra investigación. La manera de definir la música ambiental de Martí implica que no se refiere particularmente a la música de fondo o en primer plano, a Muzak o a las músicas programadas, sino a un abanico de músicas que va mucho más allá: toda aquella música que escuchamos involuntariamente: la música de los audífonos de la persona de al lado en el metro; la música del vecino cuando estudia piano o cuando hace una fiesta; la música del dentista en la sala de espera o la del teléfono cuando hablamos a una oficina gubernamental. Lo que es de extrañarse es que Martí no menciona en ninguno de sus textos sobre el tema (1997, 2002, 2008, 2009) los ejemplos a los que acabo de referirme. Es decir, su definición abarca toda una serie de situaciones musicales que él no ejemplifica. Sus ejemplos se reducen en general a la música de supermercados y comercios, festivales musicales y otro par de situaciones más. Sin embargo, este concepto comparte con el de *ubiquitous musics* la capacidad de incluir todo el abanico de músicas de nuestra cotidianidad. Kassabian define a la *música ubicua* como la música que escuchamos como parte de nuestro medio ambiente (2013)¹³. A diferencia de Martí, Kassabian sí ejemplifica varios de los ejemplos que anoté más arriba. En todo caso, el término de “ubicuo” debe ser entendido a través de la definición de Mark Weiser de la *computación ubicua*¹⁴, es decir, el poder de la computación incrustado en los objetos de

¹³ Este libro lo leí en formato Kindle y, por lo mismo, no tiene las marcas de la página en cuestión donde se encuentra esta cit.

¹⁴ “La computación ubicua es el nombre de la tercera ola de la computación que apenas está empezando. Primero estuvieron los Mainframes, cada uno compartido por muchas personas. Ahora estamos en la era de la computación personal, donde persona y máquina se miran el uno al otro inquietamente a través del escritorio. Lo que viene es la computación ubicua, o la era de la *tecnología calmada*, donde la tecnología

nuestra cotidianidad, por ejemplo, un refrigerador con internet, o la computadora de viaje que tienen los automóviles. Por paralelismo, las músicas ubicuas serán aquellas músicas incrustadas en nuestros objetos de la cotidianidad, o para ser más claros, la música que está incrustada en nuestra cotidianidad. De esta manera, los conceptos de Martí y Kassabian resultan ser similares y ambos representan una buena base de partida a través de la cual construir un concepto que funcione para esta investigación. Lo que de entrada es criticable de estos dos términos es que su misma fuerza (la de abrir el abanico a tantos eventos musicales), es su misma debilidad, ya que terminan por englobar bajo un mismo término un sinnúmero de fenómenos musicales que pueden tener características muy diferentes entre sí.

Antes de continuar quiero aclarar que es el concepto de música ambiental, y no el de música ubicua, el que se utilizará a lo largo de la tesis. La decisión de utilizar un término y no otro radica principalmente en la aproximación que hace cada uno de los autores a su concepto. Martí sitúa el suyo, en parte, desde el concepto de ritual y espacio, cosa que no hace Kassabian. Ella, más bien, se enfoca en la construcción de lo que denomina intersubjetividad y la relación que establecen los sujetos entre ellos y los reproductores musicales. Como se explicó en la introducción, el objetivo de este trabajo de investigación es crear un concepto que logre englobar las diferentes características que diversos autores han propuesto. Un buen punto de partida es el de Josep Martí, justamente porque dentro de él se sugieren varios aspectos centrales de este tipo de música, incluso los de Kassabian.

Por otro lado, es importante remarcar cuáles son los fenómenos musicales que no se contemplarán dentro del concepto de música ambiental. El primero es el de la música en los timbres de los celulares (*ringtones*), ya que funciona como una alarma sonora que el usuario puede elegir. Dentro de esta elección hay procesos de individualización e identidad que responden a la creciente estetización de nuestra cotidianidad y un análisis de estas alarmas sería interesante. Algunas de estas alarmas son trozos de música y,

retrocede al trasfondo de nuestras vidas. Alan Kay de Apple llama a esto: 'El tercer paradigma de la computación'" (Weiser, 1996).

posiblemente, cumplan de una manera u otra funciones típicamente musicales. Sin embargo, está fuera de los marcos de esta investigación un análisis de esta música ya que su función y uso no se asemejan al de la música ambiental y, por lo tanto, se requiere de otro marco teórico para su investigación. Otro fenómeno que no se estudiará es de la música que suena en un coche que se detiene a nuestro lado, o la música que se escucha a través de los audífonos de otra persona. La música fuerte que pone el vecino tampoco es objeto de estudio de esta investigación. Estas músicas tienen, en efecto, el objetivo de *ambientar* un cierto espacio sonoro (el coche, la casa del vecino, etc.), espacio que rebasa involuntariamente sus límites. La palabra “involuntario” es central: aquel que lleva sus audífonos en un volumen muy alto o pone música en su casa, la mayoría de las veces no busca que la escuchen otras personas.

Como último ejemplo, pondré el de los hombres bocina. Este fenómeno musical se da en el metro de la ciudad de México. Un vendedor de discos *piratas* se sube al vagón del metro y anuncia los discos que vende, haciendo sonar su música por medio de una bocina portátil que oculta dentro de una mochila¹⁵. Como es obvio, la voluntad no es *ambientar* musicalmente un espacio, sino anunciar la propia mercancía. Sin embargo, no es un fenómeno tan sencillo de descartar. Hay gente que se pone a cantar en voz baja mientras suenan las canciones anunciadas por el hombre-bocina. Por otro lado, la escucha que se genera es impuesta y fragmentaria y oscila entre la escucha consciente y la distraída. En resumen, comparte muchas características con la música ambiental, pero carece, como ya dicho, de la más importante, que es la voluntad de *ambientar* musicalmente un espacio.

Será prudente, antes de continuar, aclarar el concepto de “ambientar”. Definamos antes que nada un espacio físico a través de sus barreras táctiles: paredes, techo, puertas, ventanas, etc. El espacio arquitectónico tiene además otros componentes: la iluminación, el sonido, el olor, el calor, el aire, etc. En este espacio físico, hay cortinas para que a cierta hora del día el sol no entre de manera directa, controlando así la temperatura y la cantidad de luz; hay aire acondicionado para tener un ulterior dominio sobre la

¹⁵ En los últimos meses un aumento en la tarifa del metro se justificó con la oferta de un mejor servicio. Esta mejora incluye la prohibición de los llamados *vagoneros*, que son vendedores ambulantes que venden su mercancía en los vagones del metro, entre ellos los hombres bocina. El número de estos últimos ha bajado considerablemente, aunque habrá que ver por cuánto tiempo (Gómez, 2014).

temperatura; hay además unas velas aromatizantes y un poco de música. El espacio original, que tal vez era ruidoso y olía mal, ahora huele mejor y se ha logrado eliminar parte del ruido. La temperatura ahora será también controlable. En suma, se está alterando el ambiente del lugar. Esto quiere decir ambientar, ejercer un control voluntario sobre los elementos que conforman un espacio dado. Así, la principal función de las músicas ambientales es construir un espacio sonoro de acuerdo a la propia voluntad. Como consecuencia, se transforma la música en un tapiz sonoro, característica crucial que tiene otras implicaciones: por un lado, su uso “arquitectónico” hace que estas músicas “pierdan rasgos de temporalidad propios de la música para adquirir atributos de espacialidad”. (Martí, 2002; Sterne, 1997, p.23). Esto se debe principalmente a la manera en la que son escuchadas, ya que han perdido su calidad temporal tradicional (Martí, 2002), en tanto que no empiezan y terminan con silencio y no hay aplausos que determinen su final. Lo cual no quiere decir que la música ambiental no empiece ni termine en puntos muy particulares y detectables, sino que por el contexto social en el cual se presentan generalmente y las actividades que se llevan a cabo en él, se vuelven músicas fragmentarias (Martí, 2009, p. 165). Hacen su irrupción en “unos espacios en principio no pensados para la música, por unas expectativas de uso muy concretas (funcionalidad) y también por una determinada manera de escuchar (no escuchar)” (Martí, 2009, p. 164). Por ejemplo, en un centro comercial salimos de una tienda para entrar a otra de la cual volvemos a salir enseguida. Lo más normal es que entremos a una tienda cuya canción ya esté empezada y salgamos de ella a la mitad de otra pieza, para sumergirnos en la pieza que está sonando en los pasillos del centro comercial. Situaciones similares suceden en aeropuertos, estaciones del metro, etc., es decir, lugares en los que uno se encuentra de paso. Escuchamos, de esta manera, fragmentos de la música programada.

Por otro lado, si uno va a un restaurante, por poner un ejemplo, debido al tiempo que se pasará en él, podremos escuchar las diferentes piezas programadas de principio a fin, aunque por lo general no lo haremos. Lo que sucederá la mayoría de las veces es que

escuchemos una pieza dada de manera intermitente, es decir que oscilemos entre dos estados de atención de la escucha, la activa y la pasiva. Como dice Sterne, esta música “tiende a estar presente y a desaparecer del primer plano de atención del escucha” (1997, p. 25). Quiero hacer hincapié en que estos dos modos de escucha (la escucha atenta [activa] y la escucha desatenta o periférica [pasiva],) no se dan solamente en espacios públicos donde se nos impone la música, sino que son los modos de escucha más comunes en la posmodernidad: se pone música para trabajar o hacer labores en la cocina de tal manera que se escuchará de manera intermitente en la medida en que nuestra atención oscile entre ella y lo que estamos haciendo. Algo similar pasará cuando escuchamos música en el coche o incluso en nuestros audífonos mientras nos trasladamos de un lugar a otro de la ciudad. Es mucho más común la escucha intermitente que la fragmentaria, pero esta última también está presente: llegamos al banco y apagamos el *ipod*, aunque la canción que escuchamos no esté terminada, salimos del banco y retomamos la canción desde donde la dejamos. Hubo un silencio que dividió a la pieza musical. En nuestra casa, por ejemplo, podemos dejar el reproductor prendido en el estudio, vamos al baño y regresamos sin haberlo puesto en pausa o apagado.

A lo largo de la literatura académica, estos dos modos de escucha están íntimamente relacionados con los verbos *escuchar* y *oír*. El primero implica atención y el segundo es más bien resultado de la incapacidad de cerrar nuestros oídos, como sí podemos hacer con los ojos. Kassabian comenta que el primer concepto, escuchar, implica un acto volitivo (de ahí la atención), y el segundo, oír, es más bien una función fisiológica del ser humano (2013). De esto se deduce que una escucha intermitente sólo puede presentarse cuando oímos, no cuando escuchamos. En el caso de lo fragmentario, depende exclusivamente de la situación en la que se escuche. Sin embargo, me parece más atinado mantener los conceptos de escucha pasiva y escucha activa, ya que sugieren de manera más clara la noción de voluntad por parte del sujeto. En resumen, las músicas ambientales son músicas que se programan para ser escuchadas de manera pasiva y que en la práctica son escuchadas intermitente y fragmentariamente.

Retomando la idea del contexto social en el que se presentan las músicas ambientales, Martí afirma que este tipo de música se presenta fuera de su contexto ritual característico, es decir que es una música desritualizada y, por lo mismo, está libre “de los marcos espaciales y temporales que habitualmente le asignamos”. (Martí, 2002; Radano, 1989, p. 452). Una consecuencia de esto es que perdemos el marco de referencia dentro del cual fue creada la obra. Este marco es indispensable para lograr una codificación exitosa del mensaje musical¹⁶ y de la experiencia musical vivida. “El ritual, en su calidad de metamensaje, nos dice cómo debemos entender aquello que está sucediendo en el escenario”(Martí, 2009, p. 164). O, por decirlo de otra manera, el hecho musical (para que se le considere como tal) “exige sus componentes ritualizantes y sus bien estipuladas referencias simbólicas” (Martí, 2002). Como no existe ritual sin mito, según afirma Martí, los rituales en los cuales se desarrolla una práctica musical “aluden precisamente al pensamiento mítico que envuelve a la música” (Martí, 2009, p. 164), es decir, a sus componentes simbólicos.

Desde esta perspectiva es esencial recordar el famoso texto de Walter Benjamin “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (2003). Martí lo cita varias veces, mostrándonos cuál es el meollo del pensamiento de Benjamin que le interesa, y que se resume en esta frase del pensador alemán: “el valor único de la obra de arte auténtica encuentra su fundamento en el ritual, dentro del ámbito del cual ha tenido su primer y originario valor de uso”.¹⁷ Más adelante Martí cita a Formentor: “No puede ubicarse cualquier música en no importa qué tipo de espacio escénico. Las músicas tienen su lugar natural, adscrito a su esencia” (2012). Podríamos resumir todo lo anterior

¹⁶ Quiero hacer hincapié en que el “mensaje musical” se entiende aquí como aquella experiencia que suscita la música, sin entrar en discusiones sobre si hay un sentido o significado en el mensaje musical, o sobre si este mensaje es inherente a la música o se construye socialmente, etc., temas que escapan a los límites de esta tesis. Sin embargo, quiero aclarar, que el marco de referencia para decodificar un mensaje musical depende tanto del conocimiento del código, como dirían algunos lingüistas, como de la situación en la que se decodifica; es por eso que decidí utilizar el concepto de Goffman *framework* o *marco de referencia* (1974, pp. 21-39), ya que abarca la noción de código, pero sobretodo hace hincapié en la noción de situación y experiencia que, en última instancia, implica la construcción social de la realidad.

¹⁷ Citado en Martí, 2002. Otra traducción de esta frase está en (Benjamin, 2003, p. 49): “El valor único e insustituible de la obra de arte “auténtica” tiene siempre su fundamento en el ritual”.

diciendo que, si la música no está contenida en un marco de referencia ritual a través del cual se construye su sentido o significado, deja de ser música porque pierde su calidad *aurática*¹⁸. Según lo postula Benjamin en su ensayo, a través del ritual la música adquiere su carácter auténtico, pero el pensador alemán nunca menciona que también el ritual adquiere su sentido a través de la música. En suma, no podemos definir los elementos que constituyen un ritual, sino que son la conjunción, la interacción y el dinamismo de esos elementos, aquello que le confiere al ritual su carácter específico. De todos modos, el tema del ritual es central en esta investigación y lo abordaremos cuando tratemos el tema de la “Liminaridad”.

Una última característica de la música ambiental es que: “es un tipo de música programada para nadie en particular y para todos en potencia”(Martí, 2002). Esta aseveración funciona solamente si pensamos en ciertos lugares donde se presenta la música ambiental. Si esta música es programada en una estación del metro, por ejemplo, no existe un público particular para el cual se programa, sino para todo aquel que use el metro, que sería equivalente a un *nadie en particular*. Pero si se programa en una tienda de ropa, la función de la música cambia. Como explica el mismo Martí, la música programada en comercios tiene la función de construir la imagen de la tienda. De esta manera, sí está programada para el tipo de público que compra en dicha tienda, que es un público particular. Existe una razón por la cual una tienda como Pull & Bear nunca programará música clásica en sus inmediaciones, pues se trata de música que no se considera “acorde” con el tipo de ropa que se vende ahí. Comprar en Pull & Bear no es sólo una cuestión de comprar ropa “que me gusta”, sino comprarla en un lugar que, decorado de cierta manera y ambientado con cierta música, me define como parte de un grupo social con el cual comparto ciertas características. En suma, el acto de comprar no se reduce meramente a una transacción monetaria. Aunque analizaremos este aspecto más adelante, es importante entender que la música ambiental no siempre puede estar

¹⁸ El término *aurático* es el término usado por Benjamin en el ensayo “La obra de arte en la época de su reproductibilidad”. Según Radano (1989): el aura puede ser definida como las características místicas fundamentales de la obra de arte.

programada *para nadie en particular*, sino que muchas veces está programada para un grupo social concreto.

2.3 Modos de la escucha

A lo largo de la historia de la musicología y etnomusicología pocas veces se ha tratado con profundidad el tema del oyente musical. Por lo general se ha trabajado el objeto musical desde el punto de vista de su estructura o desde el contexto histórico, pero pocas veces ha surgido la pregunta: ¿cómo escucha el que escucha? Desgraciadamente, en muchos textos académicos siempre se da por sentado una escucha lineal y atenta (un arquetipo del oyente ideal de Adorno), que a su vez implica una construcción del concepto de “obra musical” muy específico (Stockfelt, 2003, p. 115).

En la *Introducción a la sociología de la música* Adorno (2009) propone diferentes tipos de oyentes. Si bien no es el primero en hacerlo, sí es el primero en establecer una relación directa entre el comportamiento de la escucha y el género musical (Fabbri, 2008, pp. 23–24). Para Adorno, el tipo de comportamiento de la escucha musical depende del género que se está escuchando. Incluso afirma, - y esto es importante para la música ambiental - que “medios distintos implican escuchas distintas” (Fabbri, 2008, p. 24). Esto quiere decir que escuchar una sinfonía en un concierto y luego la misma sinfonía en la radio no produce el mismo modo de escucha. Adorno llega incluso a afirmar que al escuchar sinfonías de música clásica en la radio, éstas pierden su *gemeinschaftsbildende Kraft*¹⁹ (citado en: Fabbri, 2008, p. 24). Adorno, en efecto, atribuye a la música la posibilidad de construir vínculos comunitarios entre los asistentes a un concierto, pero cree que esos vínculos no existen cuando la escucha de la música es mediada a través de un producto tecnológico, como lo puede ser la radio. Walter Benjamin, por su lado, afirma que el carácter auténtico y único de una obra de arte se pierde cuando ésta está sujeta a

¹⁹ Fuerza constructora de comunidades.

la reproductibilidad técnica (2003, p. 49). Afirma, como ya lo vimos, que la relación aurática entre la obra de arte y el espectador sólo se puede dar cuando la obra de arte es apreciada dentro de su espacio ritual originario. En consecuencia, escuchar una sinfonía a través del radio implica una supresión de ese espacio, lo que le impide al escucha formar parte del ritual que es parte constitutiva de toda obra de arte. Ambos estudiosos, pues, creen que la mediación tecnológica elimina características cruciales de la obra de arte, concretamente su elemento ritual, el cual, al sublimar las tensiones entre los integrantes de un grupo humano, contribuye a la construcción del sentimiento comunitario.

Bajo esta perspectiva, la música ambiental, que generalmente se presenta como grabación, no sólo supone la translación espacial de la obra, sino también su translación temporal²⁰. Lo que cabe concluir de lo anterior, es que para analizar cabalmente cualquier obra de arte no sólo es necesario el análisis del objeto artístico *per se*, sino también del medio de su difusión, de su contexto y la manera de su recepción por parte del público. Revisemos cuáles son, según Adorno, los tipos de comportamiento musical que adopta el público ante el fenómeno musical.

1. En primer lugar tenemos al *escucha experto*, el cual se define “sobre la base de una escucha completamente adecuada” (Adorno, 2009, p. 180). Adorno define a este escucha como aquel capaz de dar cuenta de la estructura íntima de la música en cada instante. Por eso, Adorno, lo llama el escucha estructural.
2. En segundo lugar, está el *buen oyente*, el cual “enjuicia con fundamento y no de acuerdo a meras categorías de prestigio o a la arbitrariedad del gusto” (2009, p. 182). En resumen, es alguien que escucha “más allá de lo aislado musicalmente”, pero que no es consciente de manera cabal de los elementos estructurales de una pieza de música. “Comprende la música como comprende su propia lengua” (2009, p. 182).

²⁰ Aunque se podría argumentar que toda música supone una traslación tanto temporal y espacial, siempre que no haya sido compuesta en el momento (como una improvisación), a lo que me refiero en este apartado es que una composición tradicional, es decir hecha con lápiz y papel, no presenta ninguna translación espacio-temporal, porque ni el papel ni la tinta son música, sino signos para decodificar música. Es decir, la música sólo existe en tanto que suena y mientras suena y nunca es la “misma” pieza la que suena. En cambio, en la grabación siempre existe un desplazamiento espacio-temporal.

3. El tercer tipo es el *consumidor cultural*. Este escucha valora la música como un bien cultural y “sustituye la capacidad de coejecución simultánea y estructural por una acumulación tan extensa como sea posible de conocimientos acerca de la música” (2009, p. 183) Este oyente “consume de acuerdo a la medida de la validez pública de lo consumido” (p.183).
4. El cuarto comportamiento de la escucha es el *escucha emocional*, quien escucha música por el puro placer de las emociones que le provoca una pieza dada. “Este tipo comprende desde aquellos que, mediante la música, sea cual sea, se sienten estimulados a crear figuraciones y asociaciones plásticas y mentales, hasta aquellos cuyas vivencias musicales se aproximan a la vaga ensoñación cotidiana, al adormecimiento (...)” (2009, p. 185)
5. El quinto tipo es el *oyente resentido*, que es el escucha que, sin ir más allá en la apreciación musical, está en contra de la vida musical oficial y, por lo mismo, huye hacia períodos musicales anteriores, donde cree que la música se halla protegida “del dominante carácter de la mercancía, de la cosificación” (2009, p. 186).
6. Por último, tenemos al que escucha la *música como entretenimiento*. Adorno hace una analogía con el fumador: “Está mejor definido por la desazón que le provoca apagar el aparato de radio que por el placer obtenido, por modesto que sea, mientras suena la música” (2009, p. 192). En este tipo de escuchas encontramos al que “mata el tiempo y suspende la soledad mediante una escucha que le trasmite la ilusión de compañía” (2009, p. 193). Este tipo de oyente, que es distraído y pasivo con respecto a aquello que escucha, sólo se le puede definir a través de los medios de comunicación de masas (2009, p. 194).

En este punto cabría preguntar si una misma persona puede adoptar diferentes comportamientos musicales de acuerdo con la situación y el tipo de música que escucha. Sugiero que estos tipos de comportamiento musical los relacionemos con el concepto de “modo de escucha musical”. Por definición, un modo de escucha es “una manera de procesar las intensidades acústicas como información hacia nuestro cerebro” (Verstraete,

2009, p. 86). En este sentido, un modo de escucha musical será una manera de procesar los estímulos sonoros de un objeto que, de antemano, reconocemos como música. Es importante remarcar este hecho, porque el concepto de modo de escucha, muy utilizado en la disciplina de *Sound Studies*, no siempre hace referencia a la escucha musical.²¹ En mi opinión debe quedar clara la diferencia fundamental entre un modo de escucha musical y un modo de escucha a secas, ya que la primera presupone la consciencia por parte del sujeto de enfrentarse ante un fenómeno sonoro que reconoce a priori como un producto artístico y esto condicionará su reacción ante la experiencia del mismo. Del texto de Adorno podemos concluir, con toda certeza, que un género musical implica uno o varios modos de escucha musical. Sobre esta idea Ola Stockfelt construye el concepto de “modo adecuado de escucha” (adequate mode of listening) (2006, p. 91)

En primer lugar, para Stockfelt, el sujeto en la posmodernidad se ha visto obligado a desarrollar las habilidades necesarias para poder “traducir y usar las impresiones musicales que se transmiten a través de los altoparlantes en casi cualquier espacio habitable” (2006, p.89). En otras palabras, en la posmodernidad hemos desarrollado nuevos modos de escucha, tanto musical como sonora, para poder lidiar con el paisaje sonoro tan lleno de estímulos que se nos presenta diariamente. John Crary afirma algo similar: “[...] nos encontramos en una dimensión de la experiencia contemporánea que requiere que, de manera efectiva, borremos y excluyamos de nuestra consciencia la mayor parte de nuestro entorno” (Citado en Verstraete, 2009, p. 79). Para Crary, la manera de lidiar con tantos estímulos consiste en transformarlos en información no relevante y pasarlos a un segundo plano de nuestra consciencia, de tal manera que no estorben. De esto podemos inferir que no solamente hemos desarrollado nuevos modos de escucha musical y sonora, sino también nuevos modos de ver, oler y sentir. En cierta forma, nos hemos adaptado a nuestro medio y, lo que resulta de ello, es que los sentidos se encuentren condicionados por la cultura de la misma manera que ella se encuentra condicionada por los sentidos. *Nos han enseñado* a ver y a escuchar de la misma manera

²¹ Encontramos este concepto, por ejemplo, en Barry Truax (1984, pp. 19-20), cuando define las diferentes maneras que tenemos de escuchar los sonidos de la cotidianidad. Más adelante se detallan estos modos.

en la que la elección de comportamiento musical no es ni completamente libre ni accidental (Stockfelt, 2006, p. 89). Aquello que nos condiciona en esta elección no solamente es el género sino también la situación particular en la que nos encontremos al escuchar una obra musical. De esto se deduce que en la actualidad se utilice “la misma música, inclusive la misma pieza musical, de muchísimas maneras en diferentes situaciones” (Stockfelt, 2006, p. 89). Está claro, por lo anterior, que el modo de escucha definirá en parte el uso que se le esté dando a la música. Por lo mismo, la misma pieza musical puede servir para usos y funciones diferentes dependiendo de la situación en la que se programe. Stockfelt no menciona a lo largo de su texto la distinción que sí hace Merriam entre Uso y Función musical. Sin embargo, por la construcción del texto, no resulta demasiado venturoso suponer que es de acuerdo al uso musical y no a su función lo que definirá un modo de escucha. Sin embargo, es claro que, de acuerdo al uso y, por lo mismo, al modo de escucha, la función musical estará a su vez definida. Tomemos, por ejemplo, la canción *We will rock you*, del grupo *Queen*. En eventos deportivos, esta pieza se programa por el equipo de casa para intimidar al contrincante, este es su uso. Tiene, además, el uso simbólico de recordarle al equipo visitante que no sólo se enfrenta con un equipo poderoso capaz de vencerlos, sino con todo un grupo de *fans* que están atrás de ellos para apoyarlos. Por lo mismo, tiene la función de crear un vínculo de comunidad entre los *fans* del equipo anfitrión al coordinar un canto entre todos ellos, sin contar que, en este caso particular, la pieza cuenta además con una coreografía conocida por todos (dos golpes al suelo con los pies y un aplauso). Esta misma pieza, programada a bajo volumen en una tienda de equipamiento deportivo, tendrá otro uso. No se busca intimidar a ningún adversario (sería una pésima estrategia de venta). Su uso primario, en cambio, radica en la producción de un espacio sonoro con el cual el consumidor se sienta familiarizado. A través de la memoria, se le recuerda al usuario que forma parte de un cierto grupo de personas que, en un espacio diferente, ejercen violencia a través de la intimidación con la canción *We will rock you*. De tal manera que existe, a través de la identificación musical, una construcción identitaria del individuo que lo remitirá a caracterizar la tienda y el equipo deportivo que pretende comprar con ciertas ideas y

valores que la tienda comparte con él: el consumidor se siente en casa. Si el consumidor se siente cómodo dentro de ese espacio, es posible que permanezca ahí por más tiempo, aumentando las posibilidades de que compre algún producto. De la misma manera, la música activa la memoria del consumidor, recordándole que forma parte de un grupo de fans particulares o, en su defecto, de toda aquella *comunidad* de personas que *aman* el deporte. En conclusión, la misma música tuvo una función de cohesión social (a diferentes niveles, eso sí) pero un uso distinto.

De lo anterior se sigue que cada género musical tiene un número limitado de situaciones de escucha en un contexto histórico determinado, “que constituyen la relación específica entre música y escucha” (Stockfelt, 2006, p. 91). Esta correspondencia define en última instancia el vínculo ideal que debe existir entre el fenómeno musical y el oyente dentro de un género musical determinado. A esta relación, Stockfelt la denomina *genre-normative listening situations* (situaciones normativas de escucha) (2006, p. 91). Por último, a la correspondencia ideal de la situación de escucha definida por el género musical con el modo de escucha apropiado para el género, Stockfelt la denomina *modo adecuado de escucha*. Veamos un ejemplo para esclarecer las cosas. Tenemos una pieza musical A, cuyo género es la música clásica de concierto. Esa pieza, por ser del género clásico, implica un cierto número de modos de escucha musical que a su vez están definidos por las situaciones donde se presenta esta música. Supongamos que escuchamos la pieza A en una sala de conciertos y en una tienda de ropa. Si recurrimos a las categorías propuestas por Adorno, en una sala de concierto el modo adecuado de escucha será el del escucha estructural, el del escucha emocional y el del buen oyente, pero no el de entretenimiento, ya que la tradición prescribe prestar la máxima atención a lo que escuchamos en una sala de concierto. Por el contrario, en una tienda de ropa el modo de escucha de entretenimiento será el único adecuado, ya que no podemos concentrarnos en la música mientras escogemos la ropa que vamos a comprar. La música, en este caso, sólo sirve de compañía, aunque sea una pieza de música clásica. Hago aquí

notar que el comportamiento musical adecuado está determinado ideológicamente²² (Stockfelt, 2006, p. 92), esto es, corresponde a un consenso de opiniones entre los integrantes de un grupo social particular, en un contexto cultural e histórico particular. Yo puedo, si quiero, escuchar de manera estructural la música clásica en la tienda de ropa y recabar una experiencia estética de ello. Sin embargo, según un cierto grupo social al que puedo o no pertenecer, mi comportamiento musical no será adecuado. Esta aseveración implica una distinción central. Si, para Adorno, es la propia música la que impone el comportamiento musical, para Stockfelt es el grupo social.

Ejemplo de esto es un video del aclamado pianista y director musical Daniel Barenboim²³, que se llama ¿Cómo escuchar la música? En este video Barenboim afirma que la música sirve para dos cosas: o bien la utilizamos para olvidarnos de los problemas del mundo, o bien la utilizamos para disfrutarla y como herramienta de crecimiento personal (habría que preguntarle si se refiere al uso o función). Después de afirmar que los grandes compositores de la historia (menciona a Bach y a Debussy y a otros varios compositores pertenecientes exclusivamente al mundo de la música clásica occidental) no compusieron su música para que nos sirviera como bálsamo de la memoria ni para olvidar nuestros problemas de la cotidianidad, se pregunta: qué nos puede dar la música y qué hacer para obtenerlo. Según él, la música nos produce emociones que no podríamos tener sin ella y, en consecuencia, uno debe escuchar música completamente concentrado. No importan nuestras capacidades teóricas al respecto de aquello que escuchamos, sino nuestra completa atención. Debemos estar en silencio antes de empezar a escucharla y aferrarnos de la primera nota a la última sin pensar en otra cosa. Para que la música nos dé “aquello que nos puede dar”, dice, debemos entregarnos completamente a ella. De

²² Uso aquí la definición de Stockfelt de ideología: “un grupo de opiniones, que pertenecen a un grupo social, con respecto a relaciones ideales entre individuos, entre individuos y expresiones culturales, y entre las expresiones culturales y la construcción de la sociedad” (2006, p. 92). También podríamos utilizar la definición que hace Umberto Eco que amplía la definición de Stockfelt: “entendemos por ideología *el universo del saber del destinatario* [de un dato mensaje] y *del grupo al que pertenece*, sus sistemas de expectativas psicológicas, sus actitudes mentales, su experiencia, sus principios morales (diremos su “cultura”, en el sentido antropológico del término, si de la cultura así entendida no hicieran también parte sus sistemas retóricos)” (1968, pp. 93–94).

²³ (Barenboim, 2014)

esta manera, el placer obtenido no tendrá comparación con nada que hayamos experimentado antes. Un líder de opinión, como lo es Barenboim, define en esta breve entrevista cómo debe ser escuchada la música clásica. La idea general que plantea Barenboim tiene claros tintes románticos que siguen determinando nuestro acercamiento al arte en pleno siglo XXI. Es decir, está condicionada por un contexto histórico y social particular. Barenboim no hace otra cosa que plantear ideológicamente un modo de escucha adecuado que, personas que comparten su grupo social, como son los intérpretes de música clásica, adoptan.

En suma, el concepto de escucha adecuada es una herramienta de análisis que nos permite entrelazar tres condicionantes del fenómeno musical en la cotidianidad: la situación, el género y la percepción del escucha. Como dice Stockfelt,

Escuchar adecuadamente, no implica una manera particular, o mejor, o “más musical”, “más intelectual”, o “culturalmente superior” de escuchar. Quiere decir que uno domina y desarrolla la habilidad de escuchar aquello que es relevante en un género musical; entender lo que es adecuado de acuerdo a lo que es comprensible del contexto particular de un género. (2006, p. 91)

Presuponer, como lo hizo Adorno, que la mejor manera de escuchar música clásica es a través de una escucha estructural, no toma en cuenta la situación en la cual se presenta ese tipo de música. Cuando Benjamin sugiere que la obra de arte tiene que apreciarse en su espacio ritual originario, está cerrando la posibilidad a toda una gama de experiencias que dependen del cambio de situación y del modo de escucha. Los dos autores suponen una sola forma particular de relacionarse con el arte. Stockfelt, en cambio, afirma que la manera correcta de apreciar una pieza musical depende de su situación de escucha, que a su vez depende de la pieza. A pesar de que existen diferentes modos de escucha adecuados para cada género, la noción de escucha adecuada supone también una jerarquización: hay un número limitado de maneras ideales de relacionarse, dado el contexto, con una obra musical. Puesto que el objeto musical tiene la

condicionante del género, no resulta práctico aplicar el modo de escucha adecuado a la música ambiental, ya que ésta interpola diversos géneros musicales. “Cuando se analiza la música de fondo que está dirigida a una audiencia en general en una situación específica, uno debe desarrollar una estrategia para entender la música en los mismos términos en que los pensó el arreglista y programador de la misma.” (Stockfelt, 2006, p. 92). El investigador está aceptando que es imposible aplicar su herramienta de análisis a la música ambiental. Sugiere, por ello, que nos concentremos en la voluntad de quien la programa. Si seguimos su idea, el contexto y la experiencia del escucha se vuelven irrelevantes, lo que, a todas luces, merma la comprensión de lo que son las músicas ambientales. Si, por otro lado, seguimos la idea de Radano, caemos en el extremo opuesto, ya que él sugiere que “cuando se interpreta a la Muzak, nos debemos enfocar en el escucha y no en el objeto, debemos observar las maneras en las cuales los arreglos programados moldean los ambientes sónicos y, a su vez, las percepciones del público de la vida diaria”. (Radano, 1989, p. 449). De acuerdo con Radano, no importa el tipo de música programada, ni las intenciones del programador, ni la situación en la cual el público escucha. Esto elimina la posibilidad de entender las diferencias que existen entre la *ambient music*, *Muzak* y otros géneros programados.

Por otro lado, la posición que adopta Stockfelt descarta la posibilidad de entender las músicas ambientales desde el punto de vista del receptor y su contexto. Ambos autores ven al escucha como un sujeto pasivo frente a la música ambiental, al que esta toma de sorpresa. La llamada *agency* del sujeto (que yo traduciría como *acción volitiva del sujeto*), es negada de raíz. Ante esto, me parece insuficiente adoptar las tesis de los dos investigadores. Pero si definimos de otra manera el concepto de escucha adecuada, de tal forma que nos permita superar el obstáculo representado por el carácter multigénérico de la música ambiental, podremos encontrar un punto medio entre las dos posiciones. Para ello, definiremos dos conceptos centrales: *auditory distress* y la *perspectiva*.

El primer término lo traduciré como *angustia auditiva*. Este concepto, usado por Verstraete a lo largo de su disertación (2009), se refiere a la tensión experimentada por el sujeto cuando se halla expuesto a estímulos sonoros. Estos estímulos, en nuestro caso musicales, producen en el sujeto una suerte de estrés, debido a la necesidad que tiene el ser humano de ubicar y dar sentido a los estímulos que recibe del exterior. Metafóricamente hablando, el sujeto necesita traducir esos estímulos a su propia lengua, de tal manera que puedan ser agregados a su experiencia en términos discursivos. Nuestra incapacidad de *cerrar* los oídos, al revés de los ojos, que sí podemos cerrar, ha desarrollado en el ser humano determinadas capacidades cognitivas. Si en una película de terror tenemos la opción de cerrar los ojos en los momentos que nos generan mayor estrés, no podemos hacer lo mismo con el sonido. ¿Cómo evitar entonces esta superestimulación sensorial? A través de los modos de escucha. Estos son la herramienta que disponemos para traducir los estímulos sonoros en información asimilable a nuestra experiencia.

En resumen, los estímulos de la música ambiental generan en nosotros una angustia auditiva y, para lidiar con ella, nos sintonizamos en un modo de escucha que nos permita asimilarla. En este sentido, el receptor se vuelve un sujeto activo a la hora de enfrentarse a la música ambiental, a diferencia de lo que supone Stockfelt.

Esto nos lleva a hablar de la atención. Como es sabido, el modo de escucha con el cual hacemos frente a la música ambiental es el de la falta de atención, o atención difusa. Así, el lema que define al producto de la corporación Muzak es el de una música para ser oída, no escuchada. En otras palabras, una música a la cual no se le presta atención. La atención la define Crary como “el desacoplamiento de un campo vasto de atracción, ya sea visual o auditivo, con el propósito de aislar o enfocarnos en un número reducido de estímulos” (Citado en Verstraete, 2009, p. 79). Esto quiere decir que la Muzak y, en general, la música ambiental, generan estímulos que no están presentes en la dimensión de nuestra conciencia activa. Escuchamos la música ambiental de manera pasiva: entra en

nuestros oídos porque no podemos cerrarlos. Tampoco escapamos de ella. La asimilamos, filtrándola como algo inofensivo o aceptable. Aquí nos puede ser útil el concepto de perspectiva. Verstraete explica la perspectiva no solamente como una categoría espacial, sino como una “estructura regulatoria que define y ancla una posición para el espectador o escucha a la cual éste se relaciona como sujeto” (2009, p. 82). Lo que hace el sujeto ante la música ambiental, lejos de percibirla de manera inerte, es tomar una posición y definirse con relación a ella. Al tomar una posición, reacciona ante la música bajo una cierta perspectiva. Esta perspectiva es la que define a qué modo de escucha se sincronizará el sujeto.

La toma de posición, sin embargo, no es una elección consciente. Está definida por la situación en la que nos encontremos. Es una suerte de hábito aprendido que nos permite reaccionar ante los objetos de la experiencia y es también una de las herramientas que forman parte de nuestras capacidades aurales, es decir, de nuestras maneras de lidiar con los fenómenos sonoros. Verstraete sugiere que la “capacidad aural consiste en una serie de respuestas que alteran nuestra atención de acuerdo a nuestros procesos de significación, que están determinados por los mecanismos regulatorios que se manifiestan en la perspectiva” (2009, p. 84). Es decir, el estímulo que recibimos de una pieza musical nos obliga a tomar un lugar ante ella, lugar que “está inscrito de antemano de manera discursiva en las perspectivas de una música dada (...) a la cual el oyente se relaciona a través de los modos de escucha” (2009, p. 84). Como se ve claramente, la posición de Verstraete y Crary es casi la misma que la de Stockfelt. Sin embargo, en esta nueva dimensión el sujeto se torna central en el análisis de la música ambiental (en sintonía con la posición de Radano) y la situación, a su vez, definida muchas veces por el programador, se vuelve también relevante (en sintonía con la posición de Stockfelt). En resumen, relacionando la perspectiva con los modos de escucha musical y con la atención, obtenemos una herramienta de análisis donde el género musical, elemento prescindible para el análisis de las músicas ambientales, no es central, pero sí relevante. Dependiendo del tipo de estímulo que produzca la música ambiental, el sujeto toma una posición ante

ella, lo que definirá el tipo de atención que le preste. Esto explica porque existen cambios de modos de escucha ante la música ambiental, cambios que, seguramente, pueden ser articulados en términos de niveles de atención. He ahí, en nuestra opinión, la verdadera diferencia entre *background* y *foreground music*. Como ya lo vimos, la primera suele escucharse a un volumen más bien bajo y está intrínsecamente relacionada con las cualidades estéticas de los productos de Muzak: arreglos de canciones famosas que procuran mantenerse en la línea central de los estímulos musicales; por decirlo de alguna forma, se trata de una música ni muy aguda ni muy grave que, sin embargo, está impregnada de familiaridad. En cambio, la *foreground music* es música programada a mayor volumen y en versión original. El modo de escucha que adoptamos ante estos dos tipos de música no depende del género sino de la posición discursiva que tomamos ante ellas. De la misma manera, la diferencia entre *ambient music* y Muzak se reduce a lo mismo.

En las notas que escribió Brian Eno (considerado el fundador de la *ambient music*) en su disco “Music for airports” de 1978, encontramos de manera concisa la definición de *ambient music* y de Muzak.

Mientras que las compañías existentes de “música enlatada” proceden desde la base de regularizar un ambiente cubriendo sus idiosincrasias acústicas y atmosféricas, la *ambient music* está pensada para intensificarlas. Mientras que la música de fondo convencional se produce eliminando todo sentido de duda e incertidumbre (y, en consecuencia, todo interés genuino) de la música, la música ambiental mantiene estas cualidades. Y mientras que su intención es “avivar” el ambiente agregándole estímulos (aliviando supuestamente el tedio de las actividades rutinarias y eliminando los picos de subida y bajada de los ritmos corporales), la *ambient music* está destinada a inducir calma y un espacio para pensar.

La música ambiental tiene que ser capaz de acomodarse a diferentes niveles de atención sin forzar ninguno en particular; debe ser tan ignorable como interesante (Eno, 1978).

Joseph Lanza no estaría completamente de acuerdo con la definición que propone Brian Eno. A lo largo de su libro (1995) argumenta que al desproveer “del sentido de duda e incertidumbre” a la música, esta cobra una nueva dimensión, en donde aparecen otros elementos estéticos que la vuelven interesante. En todo caso, lo que está en juego aquí son los modos de escucha. Cualquiera de estos dos tipos de música puede ser escuchada con atención o desatención (en general cualquier música puede ser escuchada así), independientemente de que sus programadores busquen delimitar “la manera” en las que deben ser escuchadas. Lo que no dice Eno es que la última palabra la tiene el sujeto y que éste define su modo de escucha a través de la situación en la que se encuentra. Eno sugiere que el modo de escucha desatento es propiciado por la Muzak a través de una música diseñada expresamente para ser poco interesante. Pero “lo interesante” o “no interesante” de una música no está definido, al menos en las músicas ambientales, por su género, sino por la perspectiva, a través de la cual controlamos nuestra atención.

En resumen, la música ambiental conlleva diferentes modos de escucha adecuados, que son la manera con la cual el sujeto se relaciona con ella en el día a día. El modo de escucha que *debe* adoptarse para escuchar la música ambiental, consiste en no prestarle mucha atención. La perspectiva, como ya vimos, define la atención que se le presta a un cierto fenómeno, lo que implica que el sujeto puede enfrentarse a la música ambiental a través de un modo de escucha atento o desatento, dependiendo de la pieza que oye, del volumen y de la situación concreta en la que se encuentra. Así, independientemente de que la Muzak esté compuesta sólo para “oírse”, también puede ser “escuchada”. En este sentido, todas las definiciones de Muzak sólo toman en cuenta la voluntad del programador, como lo hace Stockfelt. Esto implica que la razón por la cual se programe cierta música que podemos denominar Muzak o bien incluso ambiental, no es una categoría útil para su análisis. Lo que se propone en esta investigación es que en el

campo de la música ambiental el tipo de espacio donde se programa esta música y las diferentes situaciones de interacción social que caben en ese espacio son el elemento que condicionan el lugar y la perspectiva que toma el escucha. No es relevante quién o para qué se programó la música, ni tampoco es relevante el análisis del sujeto, si se le descontextualiza. El análisis de la música ambiental debe dar preferencia al espacio y contexto en el que esa música se manifiesta.

Como lo vimos anteriormente, Martí menciona que las músicas ambientales pierden características de temporalidad para adoptar las de espacialidad. Hay que agregar que las músicas ambientales forman parte integral de la construcción del espacio y que, como tales, no pueden ser analizadas con categorías tradicionales de la musicología o etnomusicología. Por esta razón, el concepto de perspectiva, que tiene un su base la noción de espacio y el de distancia, es fundamental para comprender el fenómeno.

Regresemos un momento al mito de los argonautas. Butes se posiciona ante dos músicas que están sonando al mismo tiempo. Para lidiar con el *estrés auditivo* que causa la exposición ante dos estímulos sonoros muy fuertes, elige una perspectiva que le hace poner atención a la música de las sirenas, aquella que presumiblemente suena a un menor volumen. En el momento en que hace esto, adopta también un modo de escucha adecuado a esta música, la de entrega total o, como vimos anteriormente, el olvido de su propia historia, y es por esto que se lanza a la mar. Los otros Argonautas ponen en segundo plano de su atención a las sirenas y en primero a la música de Orfeo. Han tomado una cierta posición en la cual la música de las sirenas se vuelve parte del conjunto de estímulos sensoriales que pasan a un segundo plano de su atención, a la parte inconsciente. De esta manera, entregados a la música *del recuerdo*, son capaces de reanudar su actividad como remeros.

Lo que me importa remarcar de esta anécdota es lo siguiente: enfrentados a una música en diferentes situaciones, podremos ponerle atención o no. Podremos pasar de un

modo de escucha atenta a desatenta, dependiendo del lugar y de la situación social en la cual nos encontremos. Por esto mismo, cuando Brian Eno define a la *ambient music* como música que se puede oír y escuchar, no está definiendo absolutamente nada, porque con ello define a todas las músicas, al igual que cuando Muzak define a su producto como una música hecha para oírse y no escucharse. La atención que le prestemos a las músicas ambientales no determinarán si estas son o no ambientales.

Necesitamos entonces definir un modo de escucha que nos permita analizar a la música ambiental prescindiendo de la categoría de la atención. En esta investigación quisiera adoptar el de Anahid Kassabian: *ubiquitous mode of listening* (modo ubicuo de escucha).

2.4 Ubiquitous listening

Anahid Kassabian afirma que el hombre de la urbe moderna ha desarrollado una serie de capacidades auditivas a través de las cuales es capaz de escuchar música, indistintamente del género, mientras realiza otras actividades (2013, p. 9). Estas capacidades son las que Kassabian denomina “modo de escucha ubicuo”. Se puede afirmar que el modo de escucha de la música ambiental es aquel en el cual prestamos una atención difusa a la música mientras realizamos otra actividad. La noción de atención difusa no es otra cosa que un tipo de atención en la cual esta se dirige de manera intermitente y simultánea hacia diferentes objetos de la experiencia, sin que haya un foco de atención central y constante. No se trata, sin embargo, de un tipo de atención inconsciente, donde el sujeto percibe objetos de la experiencia involuntariamente sino, más bien, de un tipo de atención donde voluntariamente existen de manera simultánea varios focos de atención.

En este sentido, la musical ambiental podría suponer una escucha desatenta. Oír en vez de escuchar. Pero para Kassabian *oír* no implica una manera de escuchar pasiva, porque escuchar de manera pasiva supone que el efecto que produce la música ambiental es casi nulo y se asemeja al de la escucha de cualquier ambiente exento de música. Para ella, la gran diferencia que existe en la literatura académica entre *oír* y *escuchar*, radica en que el acto de oír se produce de manera fisiológica o, por decirlo de otra manera, es una función natural del ser humano, mientras que siempre se escucha como fruto de un acto volitivo y consciente (Kassabian, 2013).

Para evitar esta dicotomía, Kassabian afirma que cualquier acto de “oír”, aun el más distraído, supone algún grado de atención y, por lo mismo, de conciencia. De esta manera, la jerarquización adorniana de los modos de escucha se torna obsoleta, ya que todo tipo de escucha, incluso el más difuso, genera en nosotros alguna forma de experiencia. En efecto, estas formas de experiencia no son definibles como mejores y peores, o más y menos intensas, como hace Adorno. Son, simplemente, distintas.

Otro aporte que hace Kassabian es definir la escucha como “una serie de relaciones entre y a través de cuerpos humanos y tecnologías musicales, sean estas últimas voces, instrumentos, sistemas de sonido o iPods y otros reproductores musicales” (2013). Escuchar, por lo tanto, no es establecer una relación únicamente con la música que se escucha, sino también con aquello que la produce, bien sea un aparato de reproducción o unos músicos tocando en vivo. Esta relación, a su vez, no es lineal y unívoca, sino recíproca. En suma, escuchar significa relacionarse de manera dinámica, multidimensional y simultánea con los factores que determinan la realidad auditiva del sujeto en un momento dado (aparatos de reproducción musical, músicos, instrumentos musicales, el espacio sonoro y sus cualidades físicas como el eco, etc.).

La autora propone que la modalidad en la cual actúan las músicas ambientales (y, en general, cualquier música) es la del *affect*. En sus palabras, *affect* “es el circuito de

respuestas corporales a estímulos que suceden antes de la asimilación consciente. Una vez asimilados, las respuestas se transforman en pensamientos y sentimientos, aunque siempre dejan atrás residuos. Estos residuos se unen a nuestro cuerpo, siendo la base de respuestas afectivas futuras” (2013).

Posiblemente, Kassabian llama *affects* a lo que conocemos como sensaciones²⁴. Éstas, en efecto, son anteriores a los pensamientos y sentimientos, pero se asocian con ellos, formando “nudos” de conciencia, de tal manera que cierto olor, sonido o textura pueden evocar en nosotros, cada vez que se repiten, un sentimiento de angustia o de paz, de excitación o de miedo. Kassabian (2013) menciona el siguiente ejemplo: frente a un comercial de televisión de una compañía de teléfonos, invariablemente sus ojos se llenaban de lágrimas, pero, cuando finalmente cobraba conciencia de la situación, el anuncio le parecía repulsivo. Las lágrimas eran la primera respuesta ante los estímulos provenientes del comercial. Seguramente, si en lugar de lágrimas el comercial le hubiera causado risa, su toma de conciencia habría sido diferente.

Ahora bien, las respuestas afectivas que experimenta el sujeto en esta modalidad de percepción lo sitúan en lo que ella llama “fields of distributed subjectivity” (campos de subjetividad distribuida). Los *campos de subjetividad distribuida* son redes de interrelaciones entre objetos y sujetos que definen, en momentos particulares, la identidad de cada elemento de la red. Se establecen vínculos entre los elementos que componen estos campos, que pueden desaparecer o cambiar de un momento a otro,

²⁴ La traducción del concepto de *affect* al español resulta un tanto complicado. La traducción directa podría ser la de afecto que, en su segunda acepción, la Real Academia lo define como “cada una de las pasiones del ánimo”, con especial hincapié en el amor y el cariño. El Oxford Dictionary define *affect* en su tercera acepción, aquella relacionado con la psicología, como “emoción o deseo, especialmente como influenciando comportamiento y acción”. Una traducción directa, por lo anterior, resultaría confusa. Me he decidido al final por traducir *affect* como estímulos afectivos que, en otras palabras, serían estímulos que desencadenan pasiones del ánimo. La definición de Kassabian deja dudas sobre si los *affects* incluyen, por ejemplo, respuestas corporales a estímulos como el frío o el calor que no necesariamente generan una emoción en el sujeto que los percibe. Seguramente no, aunque no queda muy claro en su definición. En todo caso, los *affects* podrían ser entendidos, al menos para la base conceptual de esta tesis, como sensaciones que estimulan la generación de emociones: ira, odio, amor, felicidad, etc.

alterando su identidad. Como consecuencia de ello, la identidad deja de ser un elemento estático para convertirse, según la autora, en un proceso.

No se entiende muy bien por qué Kassabian apela a este concepto en relación con una respuesta pre-consciente del sujeto a un determinado estímulo, como en el ejemplo del comercial televisivo. El situar este tipo de respuestas sensitivas en un campo de intersubjetividad es cuando menos discutible. Uno podría afirmar que el elemento de la intersubjetividad interviene *después* del estímulo recibido, cuando el sujeto lo asocia con un sentimiento o una idea específica, justamente porque para que exista la intersubjetividad debe de existir una toma de consciencia del y de lo "otro". Además, si el proceso de reacciones ante estímulos afectivos nos posiciona y reposiciona todo el tiempo ante una situación, ¿cómo puede el sujeto definirse como tal? En otras palabras, ¿cómo puedo yo, individuo, llamarme yo si siempre estoy recibiendo estímulos que me reposicionan ante el mundo y ante mí mismo? La autora lo soluciona de la siguiente manera: un estímulo afectivo siempre deja residuos en el individuo, que condicionan sus respuestas afectivas futuras ante estímulos nuevos. En este proceso constante los residuos afectivos son aquello que Kassabian denomina identidad. Así, la identidad no es algo que existe solamente dentro del sujeto, sino que es "un flujo a través de un espacio, que cambia constantemente de forma y contorno, dependiendo de las circunstancias" (2013). En otras palabras, cada sujeto es en cada momento un individuo diferente, dependiendo de la configuración de objetos y sujetos con los cuales se encuentra en contacto a través de los estímulos afectivos. Ahora bien, el punto de esta teoría que nos concierne es que, según Kassabian, la música ambiental es uno de los principales factores que configuran significativamente, aunque no de manera exclusiva, estos campos de subjetividad distribuida.

Antes que nada, la noción de estímulos afectivos que propone la autora podríamos sustituirla por la toma de posición de la que hablamos en la sección anterior. Esta toma de posición es aprendida y automática y, en este sentido, está definida por la memoria. En

efecto, a través de la memoria el sujeto, dentro de una cultura particular, aprende a ver, a escuchar, a oler y a tocar. Esto quiere decir que los sentidos están determinados de manera tanto estética como ideológica por la cultura a la que pertenece el sujeto. La configuración particular que existe entre mi “modo de sentir” social y mi “modo de sentir” personal (definido por mis experiencias particulares) es lo que determina mi reacción o toma de posición ante la realidad externa, “aquella realidad en la cual los fenómenos son reconocidos como independientes de nuestra propia volición” (Berger L. Peter & Luckmann, 2008, p. 13). Así, “la realidad de la vida cotidiana se presenta ya objetivada, o sea, constituida por un orden de objetos que han sido designados como objetos antes de que yo apareciese en escena (...)” (Berger L. Peter & Luckmann, 2008, p. 35). Al tomar posición, automáticamente adopto una perspectiva ante lo que siento. Esta perspectiva mediará continuamente en mi experiencia, de forma tan arraigada que parecerá espontánea y, como tal, pasará inadvertida. Esto mismo lo dice Merleau Ponty con otras palabras: “(...) la percepción de las formas en el sentido general de estructura, conjunto y configuración, deben ser consideradas como nuestro modo de percepción espontáneo”(1977, p. 91).

Quiero hacer hincapié en que el concepto de perspectiva que estamos utilizando no supone un distanciamiento entre el sujeto y el objeto o, al menos, no supone una relación unívoca en donde el sujeto percibe un fenómeno externo que asimila sin más a su experiencia. En cambio, el sujeto establece una relación dinámica con los fenómenos percibidos y es a través de esta relación (mediada por la perspectiva) que el “mundo y yo mismo nos constituimos dentro de él” (Voegelin, 2010, p. 3). En otras palabras, la relación sensorial que establezco con un fenómeno hace que el mismo se vea “filtrado, contorneado y producido por los sentidos utilizados en su percepción” (Voegelin, 2010, p. 3). Al mismo tiempo, los sentidos “definen y llenan el cuerpo que percibe y, en su percepción, éste les da forma y produce el yo sensorial” (Voegelin, 2010, p. 3). Es decir, la identidad del sujeto se produce de manera dinámica a través de su interrelación con la realidad exterior.

Ahora bien, hay que hacer notar que en ningún momento Kassabian establece algo parecido a una estructura de la identidad. La imagen de ésta que nos hacemos al leer su teoría es de algo fluido, abierto, sin niveles ni jerarquías. Pero, ¿no deberíamos corregir esta impresión y concebir la identidad como la articulación de distintos niveles de mutación, donde algunos permanecen relativamente constantes y otros menos? Si así no fuera, el individuo estaría cambiando permanentemente, plasmado cada vez por los estímulos que jalonean de él, y su identidad sería irreconocible. Si proponemos, en cambio, distintas articulaciones del yo, podremos quizá explicar el hecho de que el sujeto, en permanente mutación, conserva sin embargo una identidad más o menos fija. Así, el yo que podríamos definir como social, es decir el constituido *a priori* por la determinación cultural de los sentidos y las reacciones ante cualquier fenómeno, se mantiene constante por largos períodos de tiempo. La manera en que la sociedad dice cómo debemos escuchar, por ejemplo, no cambia de un día a otro. De la misma manera, la formación de un yo histórico también está sujeto a cambios temporales largos y, particularmente, a una serie de sucesos que consideramos relevantes y que no ocurren todos los días. Me defino históricamente a través de una sucesión de acontecimientos incluidos en una larga duración de tiempo. Por el contrario, el yo presente se configura y reconfigura de segundo a segundo, según los estímulos sensoriales percibidos.

Concebida de esta manera, la identidad no equivaldría, como propone Kassabian, a “los residuos de los estímulos afectivos” (¿dónde se almacenan esos residuos y cómo?), sino sería una relación dinámica entre el yo social, el histórico y el yo presente. Por lo tanto, los estímulos inmediatos afectan únicamente este último. En palabras de Kassabian, la identidad cambiante que resulta configurada por las redes de subjetividad distribuida sería el *yo presente*.

En resumen, la *subjetividad distribuida* puede entenderse como las redes sociales que sociólogos como Castells (2006) vienen describiendo hace bastante tiempo y, de

hecho, no sería otra cosa que el término de “comunidad ilusoria” que tantos antropólogos y sociólogos, entre ellos Marc Augé (2012) y Bauman (2013c) han venido usando para describir la manera que tenemos los seres humanos de vincularnos en la posmodernidad. La noción de red se refiere a una configuración de vínculos humanos en los cuales cada nudo de la red se apaga y se enciende alternativamente, lo que implica que los vínculos establecidos son transitorios, propios de la modernidad líquida (término acuñado por Bauman (1999)). Por otro lado, la *comunidad ilusoria* es aquella formada por individuos que no se identifican entre sí, sino con un objeto a través del cual tienen la “ilusión” de compartir ciertos vínculos con sus semejantes. Por ejemplo, los hinchas de un equipo de fútbol forman una comunidad ilusoria. Ahondaré en estos dos conceptos posteriormente. Por ahora lo que importa es acabar de definir el modo de escucha ubicuo.

Si el modo de escucha ubicuo, que es la capacidad que tiene el habitante de la urbe moderna de escuchar música mientras realiza otras actividades, ya sea trabajar, transportarse, hacer deporte, etc., consiste en prestar una atención difusa, cabe preguntarse si en todas las situaciones en las cuales se ejerce esta atención difusa, estamos ante un modo de escucha ubicuo. Tomemos como ejemplo a un barman que trabaja en un establecimiento donde usualmente se toca jazz en vivo. El hombre escucha jazz mientras sirve bebidas. ¿Está incurriendo en una escucha ubicua? Kassabian, a no dudarlo, respondería afirmativamente, basándose en el hecho de que el barman realiza una actividad absorbente (su trabajo) mientras escucha esa música. Sin embargo, la música que escucha el barman no es música ambiental, porque en el lugar donde está trabajando nadie la conceptualiza como tal, sino como música-música, tocada por artistas que esperan ser escuchados con cierto grado de atención. Rodeado de una música conceptualizada como música-música, el barman sólo aparentemente está instalado en un modo de escucha ubicuo. Aunque sea de manera discontinua, debido a su actividad en la barra para servir a los clientes, escucha esa música como los concurrentes sentados en las mesas. Dicho de otro modo, la música ambiental es tal si se le acepta y conceptualiza en estos términos, y determina, en consecuencia, un tipo de escucha acorde con dicha conceptualización, que es, justamente, un tipo de escucha ubicuo.

El problema con la teoría de Kassabian, me parece, es que no es suficiente con establecer la contigüidad de dos o más actividades diferentes, una de las cuales es la escucha musical, para afirmar que estamos ante una escucha ubicua y, en consecuencia, de una música definible como ambiental. Hace falta la aceptación compartida del carácter ambiental de cierta música, en un lugar y tiempo concretos, lo que determina un tipo de escucha ubicua en quienes la oyen.

En resumen, estamos ante una música ambiental cuando el consenso social la define como tal. Si yo, en una sala del dentista pongo atención al primer concierto para piano de Mozart, esta música no dejará de ser ambiental. De la misma manera, aunque el barman trabaje mientras escucha jazz, eso no transforma dicho concierto en música ambiental. Es aquí donde entra en juego el yo social mencionado anteriormente. Existe un consenso social, a través de la memoria colectiva, que me permite identificar una cierta música en una situación dada como ambiental, que a su vez me pone en perspectiva ante ella y me hace adoptar el modo de escucha ubicuo. La escucha ubicua no es sólo la escucha de la música mientras hago otras actividades, sino la escucha de música que, por consenso cultural, me permite escucharla así. La escucha ubicua es la escucha del montón, en donde el sujeto no siente la responsabilidad de prestar una atención particular a la música. En este sentido, la música ambiental siempre está confinada a los espacios públicos o espacios que en un momento dado constan de un consenso social en el cual se define de manera tácita que cierta música debe ser escuchada con una atención difusa.

De todo esto surge la pregunta: ¿una persona sola, en su casa, puede escuchar música ambiental? La respuesta no es fácil. Si, como ya dijimos, la música ambiental sólo es ambiental cuando un consenso social la define como tal, sería ridículo suponer que “el consenso social” esté dado por una sola persona. Sin embargo, esta persona guarda en su memoria ese mismo consenso social que determina el carácter ambiental de cierto tipo de música. Así, no es descabellado afirmar que, aun en el espacio privado e íntimo de su

hogar, si se dan ciertas condiciones, el sujeto puede tener una postura de escucha análoga a la que tiene en espacios exteriores cuando adopta un tipo de escucha ubicuo.

Capítulo 3: Espacios sonoros

With sound, everything interacts with everything else.

(Truax, 1984, p. xii)

As the development of functional music indicated, muzak – in the broadest sense of the term - cannot be considered as a part of, or as a supplement added to our environment, but as an environment in itself.

(Vanel, 2013, p. 85)

Según el estudio de Michael Southworth titulado “*The Sonic environments of cities*” (citado en [Adams 2006, p. 2386]), la experiencia visual que tenemos de las ciudades no se puede entender independientemente de la experiencia acústica de la misma. De esto podemos deducir que la experiencia que se tiene de un espacio en concreto, está definida no solamente por los componentes visuales sino también por los componentes acústicos. Sin embargo, como lo repiten los autores del artículo, en la planeación urbana no se le ha puesto atención a la dimensión auditiva²⁵. Si bien se toma a veces en cuenta la cantidad de ruido²⁶ para definir la calidad de vida de los habitantes de una zona en particular, no existe una dimensión estética sonora de planeación urbana, como sí la hay en el nivel visual.

En realidad, la experiencia que se tiene de un espacio en concreto está definida por todos sus componentes físicos. No sólo la vista sino todos nuestros sentidos conforman nuestra experiencia del espacio. Pensemos en un restaurante de comida rápida. Cruzamos

²⁵ De la misma manera, Karin Bijsterveld (2001, p. 38) sugiere que los estudios de ciencia y tecnología se han enfocado en cómo se ve la tecnología y no en cómo se oye. Asimismo, Jody Berland ((1990, p. 186) sugiere que es gracias al nacimiento de la imprenta que los estados-nación y el capitalismo industrial se pudieron desarrollar, con lo cual se consolidó la primacía de lo visual sobre lo acústico. Bijsterveld aporta más bibliografía al respecto (2001, p. 43).

²⁶ En este capítulo se utiliza el concepto de ruido con diferentes acepciones. Aquí, por ejemplo, el ruido es un sonido no deseado que impide o dificulta llevar a cabo una cierta acción. Bijsterveld tiene un recuento de diferentes posturas teóricas respecto del ruido en el artículo citado en la nota anterior.

una puerta y entramos en un espacio delimitado por paredes y ventanas que constituyen los límites del espacio visual y táctil. Al mismo tiempo, el recinto donde nos encontramos posee ciertas cualidades sonoras que son producidas por la música, los comensales, las máquinas que sirven refrescos, la caja registradora, etc. A este podríamos definirlo como el espacio sonoro. Por último, dentro del mismo recinto percibimos cierto olor particular, que sería nuestro espacio olfativo.

Si bien los límites visuales y táctiles son concretos: una puerta, una pared, una ventana, los componentes sonoros y olfativos no necesariamente son contenidos por ellos. El sonido de afuera del restaurante puede colarse y mezclarse con el sonido del interior, así como, estando afuera del restaurante, puedo percibir el olor que viene de adentro. De este modo, existen espacios que constan de los elementos del afuera y del adentro. Propongo llamarlos umbrales. El espacio sonoro, igual que el olfativo, suele carecer de límites definidos. Unos sonidos pasan a formar parte de una escucha “de fondo” mientras otros llegan a tener una posición prominente. No hay por lo general unos cortes radicales en nuestra escucha, sino que esta se encuentra siempre dentro de un continuo acústico. De esta manera, dependiendo de las características físicas del sonido, particularmente del volumen y su relación con la distancia del objeto que lo produce, hay sonidos que escuchamos con más o menos claridad que otros.

También existen unos sonidos que, por su cualidad sonora y dependiendo de la situación en la que nos encontramos, llaman más nuestra atención. No es lo mismo escuchar la sirena de una ambulancia cuando nos encontramos en nuestra casa que cuando estamos a punto de cruzar la calle. De esto podemos deducir que dentro del continuo sonoro por el cual transitamos diariamente, las características físicas y semánticas del sonido, las cuales definen qué sonidos escuchamos con más o menos atención y cómo afectan nuestra conducta en relación con ellos, así como el contexto en el cual los escuchamos, son las que construyen los diferentes espacios sonoros. De esto también se deduce que estamos constantemente configurando nuestra percepción del

espacio sonoro. Es decir que, retomando los términos del capítulo anterior, uno siempre adopta modos de escucha, no solamente ante la música sino también ante todos los estímulos sonoros presentes en un momento dado. Barry Truax define tres modos de escucha del espacio sonoro. El primero de ellos es la *escucha-en-busca-de (listening in search of)* (1984, p. 19), que es un tipo de escucha activa porque supone la búsqueda consciente de un fenómeno sonoro concreto, por ejemplo cuando intentamos establecer una conversación con alguien en un ambiente ruidoso o nos llamamos a nuestro propio celular para ubicarlo por su timbre. El segundo tipo de escucha es el modo *dispuesto-para-la-escucha (listening-in-readiness)* (1984, p.19). Esta manera de escuchar supone que el sujeto no busca activamente un sonido, pero es muy sensible hacia una información acústica significativa, aunque su atención esté dirigida hacia otro lado. Este tipo de escucha, nos dice Truax, “depende de las asociaciones construidas con el tiempo, de tal manera que los sonidos son familiares y pueden ser identificados rápidamente (...)”(1984, p. 19). Un ejemplo de esto es cuando una madre se despierta a causa del llanto del hijo, pero no a causa de otros tipos de sonidos. El último tipo de escucha es el de *escucha de fondo (background listening)*, llamado así porque el sonido aparece normalmente en el trasfondo de nuestra atención. Eso ocurre “cuando no estamos escuchando un sonido particular y cuyo suceso no tiene ningún significado inmediato y especial para nosotros”(Truax, 1984, p. 21). Por lo general, esta escucha se da con sonidos que suelen ocurrir periódicamente y que, por lo mismo, no nos causan sorpresas.

En resumen, cuando hablamos de un espacio sonoro estamos describiendo la dimensión auditiva del espacio, construida por un sistema de interrelaciones entre el sujeto, el sonido y el contexto, donde ninguna de estas entidades puede entenderse de manera aislada. Es más, puesto que el sujeto, como dice Truax, siempre escucha, y escuchar es interpretar la información acústica presente (1984, p. 16), este sistema que construye el espacio sonoro es un sistema de comunicación que este autor denomina *acoustic communication* (1984, p. xii).

Se puede argumentar que lo que aquí llamamos espacio sonoro no es otra cosa que un sinónimo de lo que Truax denomina *soundscape* (paisaje sonoro). En efecto, este término acuñado por Murray Schafer en su famoso libro *The Soundscape* (1994) es para Truax “(el) término básico de la comunicación acústica (que) se refiere a cómo el individuo y la sociedad como un todo entienden el ambiente sonoro a través de la escucha” (1984, p. xii). Sin embargo, me he inclinado a utilizar el concepto de espacio sonoro y no de *soundscape* porque este último sugiere una concepción más o menos visual del sonido. En efecto, la expresión “paisaje sonoro” nos remite a una separación fraudulenta entre el sujeto que experimenta y el objeto de la experiencia, tal como ocurre con la vista. En cambio, la noción de espacio sonoro nos permite suponer al sujeto envuelto en el sonido, formando parte del mismo. Lo que hacemos es adoptar una posición fenomenológica en la cual el estudio y el entendimiento del espacio sonoro, y en general del concepto de espacio dentro de la urbe, no “está(é) generado por la clara división ontológica de contenedor y contenido (...) (y dónde) el espacio metafórico puede superponerse a las divisiones físicas de la metrópolis urbana” (Arkette, 2004, p. 159). De esta manera “el tiempo y el espacio son percibidos como un flujo, más que como una sustancia inmutable. El espacio no tiene un carácter a priori; está definido y moldeado por la subjetividad y la conciencia social de aquellos que lo experimentan y habitan” (Arkette, 2004, p. 160). En suma, la visión fenomenológica no implica que el espacio en sí mismo cambie, “sino que implica una transformación en la actitud hacia el espacio y cómo lo definimos” (Arkette, 2004, p. 160). Debemos pues preguntarnos cómo los habitantes de un determinado espacio se apropian de él, llenándolo de significados.

Arkette sugiere, por ejemplo, que a través del ritual y las costumbres un individuo crea lazos afectivos con un espacio dado. Bajo su perspectiva, el sonido de un espacio no puede ser concebido solamente como un elemento físico medible en decibeles (como ya lo vimos), sino que debe tratarse a través de sus cualidades semánticas, ya que estas son siempre significativas para el grupo social que habita un lugar. Arkette afirma que “cada

sonido está impregnado con su propio código léxico: el sonido como signo, símbolo, index; capaz de definir un territorio personal (...) o un paisaje sonoro (...)” (Arkette, 2004, p. 160).

3.1 Caracterizaciones de la música ambiental como elemento constitutivo del espacio sonoro.

Schaffer no sólo acuñó el término *soundscape*, sino que propuso además una serie de conceptos clave para permitir el análisis de los diferentes sonidos que constituyen los paisajes sonoros, tanto urbanos como rurales. Estos conceptos están enmarcados en dos categorías: los que caracterizan las cualidades puramente físicas de los sonidos y los que definen su función social. De esta manera, los conceptos de la primera lista remiten a lo que Schaffer llamó objetos sonoros, es decir “la partícula más pequeña y auto-contenida que forma parte del espacio sonoro” (Schafer, 1994)²⁷. Los objetos sonoros son, en otros términos, los sonidos entendidos como “objetos de laboratorio”. Por otro lado, los conceptos usados para definir las funciones sociales de los sonidos están agrupados bajo la categoría de “eventos sonoros”, que son, a decir de Schaffer, aquellos que se presentan en su contexto de producción. De lo anterior resulta obvio que concebir la música de fondo como objeto sonoro no nos llevará muy lejos, de tal manera que exploraremos solamente las categorías que inventó Schaffer para definir a los eventos sonoros.

- *Signal Sounds* son aquellos sonidos que no son fondo sino figura, es decir que se les presta atención de manera consciente. Como el mismo Schaffer afirma, cualquier sonido puede transformarse en *signal*, en tanto que le prestamos mayor atención que al resto de los demás sonidos. Sin embargo, Schaffer sugiere reducirlos a aquellos sonidos a los que estamos *obligados* a prestarles atención: campanas, sirenas, claxons, etc.

²⁷ El libro de Schaffer es la versión en inglés para Kindle. Desgraciadamente esta versión no consta de números de página, sino de posiciones.

- *Soundmark*. Este término se deriva de la palabra *landmark*, que hace referencia a aquellas construcciones arquitectónicas que definen una cierta comunidad, como la Estatua de la Libertad define a los neoyorquinos o la Sagrada Familia define a los habitantes de Barcelona. *Soundmark* será entonces aquel sonido particular que sea reconocido por toda una comunidad. En el Distrito Federal, por ejemplo, sería el famoso anuncio “Tamales oaxaqueños, lleve sus ricos tamales oaxaqueños”. Vale la pena remarcar que hay una diferencia entre el funcionamiento de *landmark* y *soundmark*. Mientras que el primero no sólo identifica a los integrantes de una comunidad, sino que hace identificable a la comunidad para las personas que se encuentran fuera de ella, (identificamos París por la Torre Eiffel aunque no seamos franceses), el segundo sólo identifica a los integrantes de la comunidad. Valdría la pena preguntarse si este fenómeno aparece porque somos una sociedad mucho más visual que auditiva, por ejemplo.
- *Keynote Sounds*. Estos sonidos son los que, si habláramos en términos de percepción visual, constituirían el fondo sobre el cual aparece la figura, o sea que están presentes de manera constante, pero de cuya presencia no somos inmediatamente conscientes. Son sonidos que escuchamos en el modo de escucha de fondo. Schaffer pone los ejemplos del mar, los insectos, el viento, etc.; en paisajes urbanos serían el tráfico, los sonidos de las fábricas o el aire acondicionado. Estos sonidos, como especifica Truax utilizando términos de teoría de la información, presentan una alta redundancia y previsibilidad (1984, p. 139). Si bien el cerebro es capaz de ignorarlos o, mejor dicho, de acostumbrarse a ellos, esta clase de sonidos reducen la sensación de amplitud espacial, al disminuir el “horizonte acústico” de un espacio dado²⁸ (1984, pp. 23;140). Es decir que un sonido constante, sea cual sea su volumen, impedirá la escucha de otros sonidos que estén por debajo del umbral de percepción acústica permitido por ese sonido.

²⁸ Truax define horizonte acústico como la distancia más lejana de la cual un sonido puede ser escuchado. (1984, p. 23)

En otras palabras, “tapa” o “esconde” otros sonidos, de manera que el horizonte acústico se ve reducido y, junto con él, la diversidad de sonidos que es posible escuchar. Podemos afirmar entonces que entre más pequeño el horizonte acústico, más homogéneo resultará el paisaje sonoro. De hecho, Schaffer afirma que existen dos tipos de paisajes sonoros: los *Hi-fi* y los *Lo-Fi*. Los primeros son aquellos en los cuales la relación de ruido²⁹ y sonidos significativos es tal que permite que sus habitantes perciban una mayor variedad de los mismos, permitiéndoles “habitar” un espacio sonoro más nítido. Según Truax, en ellos “el proceso de escucha está caracterizado por la interacción. Uno no tiene que luchar con el ambiente para darle sentido” (1984, p. 20). Los espacios sonoros *Lo-Fi* son en su mayoría espacios de las ciudades, donde el ruido nos impide escuchar muchos de los sonidos de nuestro alrededor, homogeneizando el espacio sonoro y, por lo mismo, según Schaffer, aislando al individuo de su ambiente sonoro. En última instancia, “cuando los escuchas no pueden eco-localizarse, se merma el sentido de lugar y de identidad” (Arkette, 2004, p. 162). Este paisaje sonoro suele propiciar “sentimientos de hallarse apartados o separados del propio ambiente. La atención de la persona se dirige hacia adentro y la interacción con otros se ve desalentada por el esfuerzo que ello implica. Pueden producirse entonces sentimientos de alienación y aislamiento” (Truax, 1984, p. 20). Para estos tres autores la dimensión sonora del espacio es vital para generar la sensación de pertenencia a un lugar. Debido a la homogeneización acústica de las ciudades, una calle transitada de Barcelona suena igual a una calle transitada de la ciudad de México, y es esta homogeneización, según Arkette, lo que impide que los habitantes se apropien de su entorno. Bajo esta lógica, se deduce que la falta de particularidad es un elemento fundamental para relacionarnos con el espacio de manera significativa. Puede argumentarse en contra de Schaffer que la saturación sonora de las ciudades no ha alcanzado el nivel necesario para que los individuos se sientan alienados de su espacio sonoro (Arkette afirma que sí, sin proponer una

²⁹ Utilizo aquí el término ruido como lo hace Schaffer: sonidos que hemos aprendido a ignorar. En todo caso, está implícita la noción de que el ruido impide escuchar otros sonidos.

justificación clara). Creo en todo caso, que la falta de particularidad en ciertos ambientes sonoros (centros comerciales, restaurantes, trenes, aeropuertos, etc.) es algo innegable, pero que no necesariamente nos aliena o nos impide el arraigo o significación del espacio, como parecen sugerir los tres autores mencionados. Al contrario, a veces puede generar lo opuesto, una sensación de familiaridad con un cierto espacio. Más adelante veremos este tema con detalle.

- Otro concepto que debo mencionar es el de *Schizophonia*, también acuñado por Schaffer. Este concepto se deriva del griego *schízein* “separarse”, y de *phōnē*, “voz”, y se refiere a la separación entre el productor de sonido y el lugar donde se manifiesta el sonido. Pensemos en una radio. La persona que habla no está junto a nosotros sino a una distancia que se encuentra más allá de nuestro horizonte acústico.

Bajo la categorización anterior parecería ser lo más obvio definir la música ambiental como un sonido *keynote*. Sin embargo, esto sería un error. Para empezar, la música ambiental, por más plana que sea, no deja de ser una creación estética en el sentido más original de la palabra, *aisthesis* (percepción), es decir que está hecha *para* percibirse. Al contrario, el sonido del aire acondicionado, por ejemplo, es una mera consecuencia de su emisión y no su fin. Asimismo, como afirma Truax, el oído está hecho para reconocer diferencias sonoras y, por lo mismo, a pesar de que nos habituemos al sonido constante de la música ambiental, éste presenta muchas más diferencias acústicas que, digamos, el murmullo constante de una aspiradora en la lejanía. En este sentido, la música ambiental contiene mucha más información reconocible que un *keynote sound* cualquiera. Incluso, debido a esta variedad sonora, nuestro horizonte acústico puede reducirse mucho más con la música ambiental, tapando, al contar con una amplia cantidad de frecuencias sonoras, un mayor número de objetos sonoros presentes en el espacio. Pero más allá del hecho obvio de que la música ambiental contiene mayor información acústica que un *keynote sound*, la diferencia crucial entre ambos radica en la voluntad que hay detrás de

su producción. El sonido del mar es una consecuencia del oleaje, así como el del tráfico lo es del uso del automóvil. En cambio, uno de los objetivos principales de poner música es la música misma. Quiérase o no, una cierta voluntad estética es inseparable de la producción de la música ambiental. Esta voluntad estética viene dada dentro de una negociación entre el que la programa y el que la escucha. Es decir, que hay una voluntad del programador de reproducir aquello que socialmente se concibe como música y una voluntad por parte del receptor de escuchar aquello que, bajo el mismo consenso social, se define también como música.

3.2 Schizophonia o la reificación de la música

Como lo vimos arriba, esquizofonía (si se me permite la traducción) es la traslación espaciotemporal o simplemente espacial de un sonido cualquiera. Si bien esta característica no es exclusiva de la música de fondo, sí es una característica intrínseca de la misma. Toda música ambiental presupone que fue grabada en otro lugar y en un tiempo pasado. Aquí vale la pena abrir un paréntesis a este respecto. Lo primero que implica la afirmación anterior es que ninguna música en vivo puede ser pensada como música ambiental. Como vimos anteriormente, sólo la música considerada como ambiental por un consenso social, es ambiental. En este sentido, una música en vivo implicaría que, tanto los músicos como los escuchas, deberían considerar la música en cuestión como ambiental. Estoy seguro que esto podría suceder, pero parece pertinente suponer que, en la mayoría de las situaciones que se encuentran en la cotidianidad, esto no es probable. Un buen ejemplo de esto es el de un grupo de jazz que toca en un bar. Puede ser que la mayoría de la gente no preste atención a la música o, mejor dicho, le preste una atención difusa mientras platica con la persona de al lado. Esto, de hecho, es muy común y, sin embargo, al finalizar una pieza, siempre hay aplausos. Es más, después de los *solos* de los integrantes de jazz, hay aplausos. Es cierto que estos pueden responder a un semi-automatismo de los asistentes, pero, aun así, tal práctica muestra que *debería* existir un

mínimo de atención puesta en los músicos y la música que están interpretando. Asimismo, los mismos músicos deberían considerar aquello que están interpretando como música ambiental, cosa que tampoco es común. Además, como vimos anteriormente, la música ambiental es una música que siempre nos es familiar en la medida en que metafóricamente³⁰ ya la escuchamos con anterioridad. Una presentación en vivo, aunque repita música que ya hemos escuchado, siempre es una música nueva en tanto que suena por primera vez. De cierta manera, la música ambiental presupone siempre que ya fue escuchada anteriormente por alguien más. De ahí que podamos adoptar la escucha del montón que nos exime de la responsabilidad de prestarle atención. Tal vez, los aplausos, aunque mecanizados, son una manera de hacer notar que se está escuchando una creación musical por vez primera. En todo caso, esto es una descripción del fenómeno tal cual se nos presenta en la cotidianidad, pero no existe ninguna razón en particular para que, dadas las circunstancias precisas, la música ambiental *deba* ser por fuerza grabada.

En resumen, si bien puede haber y tal vez existan situaciones donde una música en vivo es ambiental, estas son las menos y son de hecho la excepción, de tal manera que no existe mayor problema cuando afirmamos que una característica de la música ambiental es la de ser grabada. También vale la pena aclarar en este momento que la música ambiental no puede ni debe ser equiparada con la música para el cine. Si bien hay ciertos paralelismos que podrían brindar un campo fértil de análisis musicológico, la música para el cine siempre está relacionada y, la mayoría de las veces, supeditada a la narración de la película en cuestión. Con la música ambiental, esto no sucede nunca.

Ahora bien, puesto que toda música ambiental es grabada, se puede inferir que esta sólo es escuchada en el contexto de su reproducción (haciendo alusión a Benjamin). Además, como innumerables pensadores lo han dicho sobre la música en general (entre ellos tal vez uno de los primeros fue Adorno), y la música ambiental tampoco escapa a

³⁰ Aunque términos estrictos nunca hayamos escuchado una pieza particular de música ambiental, debido a que las estructuras musicales que presenta nos son, por lo general, familiares, parecería que, en efecto, ya fue escuchada anteriormente.

esta clasificación, la música se ha transformado en un bien de consumo. Si bien el consumidor de música ambiental no paga por escucharla, hay que recordar que, en la actualidad, no solamente se consumen productos concretos sino experiencias. Estas experiencias están enmarcadas y facilitadas, por no decir creadas, a través del espacio. Es decir, en un restaurante uno no paga solamente por una buena comida, sino también por la decoración del lugar (tanto visual como auditiva y olfativa). En este sentido, la música ambiental es un bien de consumo en tanto que forma parte intrínseca de la experiencia de consumo de objetos particulares ya que estos se presentan siempre dentro de espacios diseñados para el consumo. No es relevante ahondar aquí en un tema tan tratado por la literatura académica y es preferible enfocarse en otras aristas más fructíferas. Lo primero que hay que mencionar es que la tecnología electroacústica, además de permitir la grabación musical y su consecuente traslación espacio-temporal, ha permitido que la amplificación musical sea mucho más sencilla de poner en marcha y más potente. Es decir, es posible regular el volumen con el que se reproduce la música. Esto termina por sellar los tres factores necesarios (volumen, reproducción/normalización e imposición emocional) para ejercer un dominio sobre un espacio sonoro dado. Ahora veremos por qué. Analicemos el primero factor: la traslación temporal.

Antes del advenimiento de la tecnología electroacústica el sonido estaba confinado temporalmente a su lugar de producción. Esto quiere decir que todo sonido sólo podía subsistir en un tiempo presente y delimitar un tiempo particular. En un sentido, todo sonido era siempre nuevo, nadie nunca escuchaba el mismo sonido dos veces. Sin embargo, a través de la reproducción, se consiguió de manera artificial repetir el mismo sonido en diferentes momentos. A causa de esto, se alteraron los patrones de la escucha del sujeto. Por un lado, como afirma Truax (1984, p. 115), los procesos cerebrales funcionan detectando las más mínimas variaciones en los sonidos que se escuchan y contraponiéndolas a un cierto patrón guardado en la memoria, de tal manera que podemos extraer información significativa de este nuevo sonido: asociarlo con otros objetos de nuestra experiencia pasada. ¿Qué pasa cuando el sonido se *repite* de manera idéntica, o sea cuando la menor variación es suprimida? El proceso de la información se

vuelve mucho más sencillo para nuestro cerebro, ya que el sonido encaja perfectamente con el patrón guardado en la memoria. Cuando existen estos sonidos idénticos, que sólo pueden aparecer dentro de la reproducción mecánica, la escucha del sujeto comienza a ignorarlos, ya que no representan variaciones sustanciales. El cerebro deja de buscar diferencias y se encarga solamente de acoplar parejas de patrones: el sonido exterior con el patrón que está guardado en la memoria. Un ejemplo de esto es el sonido del aire acondicionado, tarde o temprano uno deja de percatarse que está presente. Este modo de escucha lo denomina Truax “escucha de fondo” (1984, p. 116). No quiero decir aquí que la percepción de un sonido siempre sea idéntica, ya que, en diferentes contextos, tanto anímicos como sociales o físicos, será percibido de una manera diferente. Pero la reacción o apreciación del mismo, en la mayoría de los casos, no puede ser radicalmente diferente. Más bien las diferencias perceptivas, cuando las haya, deberán expresarse en cuestión de matices. Lo que es innegable, es que la repetición de una misma canción evocará, por lo general, el mismo abanico de sensaciones, aunque estas no sean siempre idénticas entre sí. Esto es esencial para el funcionamiento de la música ambiental. Para explicarlo, abordaremos el ejemplo de la publicidad. El *jingle* que acompaña a un comercial televisivo es un evento sonoro que, a través de su repetición, se nos queda incrustado en la memoria, de tal suerte que tiempo después, al escuchar ese jingle en la radio, nuestra memoria evoca las imágenes que acompañaban la música. En este sentido, al estar bombardeados por ciertos patrones que se repiten una y otra vez, nuestra escucha contemporánea está más inclinada a ser una escucha de *reconocimiento* que de conocimiento. Es decir, una escucha que potencialmente identifica relaciones ya establecidas más que generar nuevas. Bajo esta lógica, la música ambiental que, como mencionamos en el capítulo anterior, es siempre una música “familiar”, ya sea porque es un arreglo de una canción famosa o porque presenta patrones que son constantes en toda la música que escuchamos, es capaz de evocarnos asociaciones muy precisas.

La música ambiental es también capaz, como ya lo hicimos notar anteriormente, de transformar nuestro humor (Truax, 1984, p. 121). La pregunta que se hace Truax es

sobre los efectos a largo plazo que puede tener la música ambiental, considerando que muchos, si no es que la mayoría de nuestros ambientes, tienen “humores” predecibles e incluso estereotipados. “¿La felicidad, por ejemplo, es lo que sentimos cuando estamos de compras en un ambiente que transmite música ‘feliz’?” (Truax 1984 p. 121). Ninguna música, para empezar, es feliz o triste por sí misma. Existe un consenso social que la define como una u otra, además de nuestro bagaje subjetivo. Una canción como *Don't worry be happy*, de Bobby McFerrin, podría ser catalogada, tanto por su sentido verbal como musical, como una canción feliz, pero no lo será para aquel a quien le evoque alguna experiencia triste o desagradable. Ese sujeto, al escucharla como música ambiental y en su consecuente modo de escucha ubicuo, entrará emocionalmente en colisión con las personas que lo rodean, porque interpretará las emociones de esas personas como opuestas a las suyas, y eso provocará en él un sentimiento de alienación y aislamiento. El sujeto entonces debe tomar la decisión (aunque no consciente), de si permanecer segregado del resto de los copartícipes, o bien, adoptar una actitud afín a ellos³¹. En este sentido, la observación de Truax es muy pertinente: ir de compras es un acto que *debe* hacerse con felicidad o que, en todo caso, asociamos con la felicidad (Truax, 1984, p. 121). Además, se sabe que una mayor familiaridad aumenta el gusto por un objeto o situación (North C. & Hargreaves J., 1997, p. 88). Lo que está en juego es la superposición del contexto del sujeto con el contexto social, un contexto social que está controlado y definido de antemano y que no resulta de la libre asociación entre las personas. Se ha demostrado, por ejemplo, que el escuchar música libera la hormona oxitocina que está directamente ligada a la “sociabilidad” humana, y que los niveles de testosterona (ligados a la agresividad y competencia sexual) se ven reducidos, lo que podría traer consigo el efecto de una mayor cohesión grupal (Clarke, Dibben, & Pitts, 2010, pp. 104–105). Incluso

³¹ S.E. Asch llevó a cabo un experimento donde a un sujeto se le presentaba una línea de referencia y otras tres líneas de comparación y debía decidir cuál de las tres era de la misma longitud que la línea de referencia. En el mismo cuarto había otras seis personas (que se habían puesto de acuerdo de antemano en nombrar una línea en particular, aunque no fuera la de longitud igual). El sujeto de prueba era el último en decir cuál de las líneas se correspondía con la de referencia. Todas las veces que se repitió el experimento (y este se ha repetido en diferentes poblaciones con actividades diversas) el sujeto, a pesar de que sus ojos le decían cuál era la línea correcta, terminaba diciendo que era la que la mayoría había señalado. (Davidson W., 1997, pp. 212–213).

la música es capaz de afectar el movimiento físico y la estructura de percepción temporal de las personas, lo que permite, por ejemplo, la sincronización colectiva de comportamientos (Clarke et al., 2010, p. 104). Asimismo, debido a que la música es portadora de significados colectivos, la asociación que de un lugar puede hacer un grupo de personas se corresponde con el tipo de música de la misma. Claro ejemplo de esto es el uso de música para evitar comportamientos no deseados (como reproducirla en un estacionamiento y evitar que se congreguen grupos de jóvenes “problemáticos” porque asocian ese lugar, debido a la música que suena, como “menos cool”) (Clarke et al., 2010, p. 111).

Esta superposición contextual repercute además en nuestra manera de escuchar y de relacionarnos con el espacio. A través de la tecnología es posible estar inmersos en un ambiente sonoro que no viene de ningún lugar. Con las bocinas escondidas detrás de los techos y las paredes, la música ambiental parece ser una suerte de éter omnipresente. Podemos, por ejemplo, estar escuchando una pieza orquestal grabada por cien músicos en la sala de un dentista. Dos contextos espaciales se terminan superponiendo: aquel que nos dice que esta música y su contexto original implican un espacio amplio y aquel en el que nos encontramos. Por eso, muchas veces, espacios pequeños pueden resultar amplios siempre y cuando se programe la música correcta con un volumen correcto. Y aquí llegamos al que tal vez sea el más importante de los tres factores de control: el volumen. Aquel que controla el volumen controla el espacio sonoro y, particularmente, el espacio de la comunicación acústica.

Si el volumen es muy alto, la comunicación acústica se rompe. Pensemos en una discoteca. El volumen exageradamente alto de la música nos impide platicar con el otro, si no es a gritos y con gran dificultad. Terminamos por no platicar y nuestra sensación espacial se reduce, porque nuestro horizonte acústico es mínimo. Estamos encerrados en una burbuja y nos sentimos ajenos a nuestro entorno inmediato, según Truax (1984, p. 20). Podríamos decir, en cambio, que una música con un volumen muy alto, al romper la

comunicación acústica, obliga a los usuarios a comunicarse de otras maneras y a establecer relaciones de otra índole. De ahí que surja, por ejemplo, a veces la necesidad de bailar o, incluso, de abandonar el lugar. Se observa una acentuación del plano de la comunicación corporal y visual. Ejerciendo control sobre el espacio sonoro se está logrando una modificación de la conducta de un grupo de personas. De hecho, la música está funcionando como ruido, ruido entendido como elemento que dificulta o suprime la comunicación verbal. Truax afirma al respecto que “el control del espacio de comunicación es esencial para el poder centralizado y la dominación” (1984, p. 115). La música de fondo, en esta lógica, es una forma de control; en otras palabras, una manera de ejercer el poder. Attali³² (1995, p. 34) menciona tres maneras de como la música sirve como instrumento de poder:

Una en donde todo sucede como si la música fuera utilizada y producida en el ritual para tratar de hacer olvidar la violencia general; otra, donde la música se emplea para hacer creer en la armonía del mundo, en el orden, en el intercambio, en la legitimidad del poder comercial; y, por último, una que sirve para hacer callar, produciendo en serie música ensordecedora y sincrética, censurando los restantes ruidos de los hombres.

De lo anterior resulta curioso que los tres elementos que definimos necesarios para ejercer control a través de la música tengan un paralelo más o menos directo con los tres que menciona Attali. Cuando la música *hace callar*, dice Attali (1995, p. 34), es repetición, reproducción, normalización. En otro sentido, impone una manera de ser que evita las diferencias, en tanto igualdad y asociación repetitiva de *lo mismo*. Esto se relaciona con el papel que desempeña el volumen en la reproducción musical para *hacer callar*. Asimismo, cuando la música es representación y *hace creer*, podemos encontrar sin dificultad una relación directa con la imposición emocional que vimos más arriba. La música hace creer cuando impone su propio estado de humor y cuando las asociaciones

³² También Bijsterveld (2001, p. 42) sugiere, cuando menciona las conclusiones de Jackson (“Sound and ritual”) que: “el ruido como ‘sonido no deseado’, ya sea regular o sin patrón, ha sido asociado normalmente con una terrorífica disrupción de un orden social específico, mientras que sonidos rítmicos y/o fuertes, evaluados positivamente, han sido asociados con fuerza, poder, significación, masculinidad, progreso, prosperidad y, último, pero no menos: *control*.”

acústicas que ella impone son siempre las mismas. Por último, la música *hace olvidar* cuando se produce una superposición espacial que nos aísla del afuera, de una *realidad social* común, y nos impone su propio espacio.

Cuando la música ambiental superpone *su* espacio de significación al espacio de significación que se genera socialmente, se torna una generadora de utopías. Delimita nuestro espacio sonoro y nos hace olvidar (porque impone unas asociaciones emocionales), nos hace creer (porque el nuevo estado de ánimo es legítimo) y nos hace callar (porque nos obliga a escuchar).

Concebir la música ambiental como una forma de control no es nada nuevo. En un artículo de Alan Bradshaw y Morris B. Holbrook (2008), los dos autores ponen en evidencia las formas de control que propicia la Muzak en espacios de consumo. Citando a DeNora y Belcher (DeNora & Belcher, 2000), afirman que la práctica de control que surge de la Muzak no es equiparable a un principio de regulación de la acción de consumo de manera directa, sino que está enfocada a sugerir pautas para la conducta (*cues for agency*) e “inspirar el deseo de consumo de acuerdo con metas de organización” (2008, p. 29). En otras palabras, “podemos entender la práctica de la música de fondo como equiparable a la de unos comerciantes que manipulan la *atmósfera*³³, para propiciar “agency” (que aquí habría que traducir como “posibilidad de decisión”), o sea con el fin de estimular en los consumidores la construcción de significados más o menos determinados, o influenciados acerca de una compañía, de una marca o de una oferta” (Bradshaw & Holbrook, 2008, p. 29). Como bien señalan esos autores, el proceso cambia, pero la meta sigue siendo el control social. Lo que está implicado en esta idea es que la música ambiental, a través de una serie de símbolos y signos, propicia la sensación o idea de que uno es responsable de su propio consumo; la idea, pues, de libertad que se expresa a través de su dinero. Este proceso, que ha sido estudiado por la psicología social, suele ocurrir a un nivel inconsciente (Bradshaw & Holbrook, 2008, p. 29). Lo que resulta

³³ Cursivas más

cuestionable es el brinco que hacen los dos autores entre el modo de escucha que supone la música ambiental y nuestra escucha “atenta”. Argumentan, basándose en el concepto de desconcentración y apercepción de Adorno y Benjamin, respectivamente, que el sujeto, propenso en el día a día a escuchar de esta manera, pierde la capacidad de la escucha atenta y se ve alienado de la música. Incluso agregan que “cuando la contemplación estética es desmotivada o vuelta imposible, la música puede ser considerada como des-estetizada” (2008, p. 31). Truax y Schaffer criticarían probablemente esta idea argumentado que el modo de escucha de fondo, que es del que hablan Bradshaw y Holbrook, es un modo de escucha producto de la industrialización de las ciudades y no está ligado directamente a la música ambiental, sino que esta última fue posible debido a que esta escucha ya era generalizada. En todo caso, aquello que resulta cuestionable de la posición de estos dos autores es el hecho de que no mencionan que el contexto define el modo de escucha. Por ello es peligroso afirmar (como ellos lo sugieren, cuando citan a Barenboim (2008, p. 31-32), que el público es incapaz de ir a un concierto de música clásica y de disfrutarlo porque está acostumbrado a escuchar esa música en centros comerciales. En ese sentido, podríamos afirmar que no porque estoy acostumbrado a ver la Mona Lisa en mi fondo de pantalla, no puedo apreciarla el día que vaya al Louvre. Si bien es cierto que estar constantemente expuesto a la música tiene repercusiones directas en nuestra apreciación de la misma cuando vamos a un concierto, no podemos adoptar la posición de creer que nuestra capacidad de goce es aniquilada. Incluso podríamos afirmar que una cierta familiaridad con la música (obtenida a través de una escucha ubicua de la misma) es un factor, si no necesario, al menos importante en el disfrute musical. Podríamos incluso argumentar que muchas veces es *la* familiaridad con la música la que hace que la disfrutemos. ¿Por qué tanta gente va a salas de concierto de música clásica solamente cuando se tocan los *hits* de la misma? Entre otras, podemos afirmarlo, para ir a escuchar una pieza musical que ya conocen. En efecto, que lo familiar, que no es otra cosa que el *reconocimiento*, causa placer, es un hecho aceptado generalmente (Freud, 1916, p. 183).

De la misma manera, suponer que un cierto modo de escucha es suficiente para suprimir el componente estético de la música (valdría preguntarse si acaso existe una música sin ese componente), es no entender que nuestra relación con los objetos de la experiencia y, en este caso particular, con la música, es polisémica. Siguiendo el mismo razonamiento, mirar de forma desatenta unos cuadros de Raffaello supondría quitarle su valor estético. Por si fuera poco, los dos autores citan el pequeño artículo de Kevin Drum (Drum, 2005), del cual resulta que varios establecimientos de consumo lograron evitar que fueran tomados como puntos de encuentro de varios jóvenes *Hooligans*, al transmitir música clásica en sus estacionamientos (Bradshaw & Holbrook, 2008, p. 40). Esto les da pie a los dos autores para criticar el uso de la música clásica para fines, según ellos, tan prosaicos, y arguyen que se trata de una “desacralización de Beethoven y Mozart”, un ejemplo entre muchos del “temperamento de nuestros tiempos, en los cuales consumidores actuales en general, y jóvenes en particular, se han desensibilizado para apreciar *la verdadera excelencia estética* (cursivas mías) cuando la escuchan (...)” (Bradshaw & Holbrook, 2008, p. 40). Para reforzar esa idea citan a Featherstone, argumentando que “versiones particulares de cultura son manipuladas por varios grupos en una lucha por apropiarse de signos y utilizarlos en términos de sus intereses particulares” (Featherstone, 1991, p. 56). Si bien Bradshaw y Holbrook abogan por un espacio sonoro libre de Muzak en todas sus formas y les parece una aberración utilizar a Beethoven y Mozart para disuadir a jóvenes problemáticos, no entienden que justamente los grupos de poder que escuchan esta música, y que son históricamente elitistas, le han atribuido signos y símbolos que son, en última instancia, aquello que disuade a los jóvenes de reunirse en un espacio dado. Cuando estos dos autores utilizan las expresiones “desacralización” y “verdadera excelencia estética” están otorgándole a esta música ciertos símbolos y, en consecuencia, un valor social. Pero la música *per se* no los tiene. Por lo mismo, utilizar y/o escuchar la música de una manera u otra no nos hace sordos a sus diferentes acepciones estéticas. En realidad, es esta maleabilidad de nuestra escucha la que permite que la música ambiental pueda ser utilizada como una forma de control. Siguiendo a Attali, así se ha empleado toda la música dentro del capitalismo.

La sacralización de los grandes compositores de la música clásica (Mozart y Beethoven, por retomar el ejemplo) ha sido uno de los distintivos de la “clase culta y educada”, en donde el arte elevado funciona como una forma de control, ya sea centralizando la producción artística *verdaderamente valiosa* en los países primermundistas, en contraste con la copia que se realiza en los países tercermundistas, ya sea consagrando la pertenencia de un individuo a una cierta clase social, en aras del *buen gusto* que se opondría al arte *comercial o vernacular*. La música ambiental no es ajena a esta sacralización; por el contrario, la adopta a manos llenas, convirtiéndola en uno de sus componentes esenciales; por ello, los actos que ella abriga (compra de productos, servicios, etc.) se ven imbuidos de esa sacralización y representan un estímulo decisivo para el consumo. Cuando compro una prenda de ropa en Zara, no sólo compro el objeto, sino la experiencia de comprarlo, y esa experiencia está constituida por los signos de clase y prestigio que la tienda Zara manifiesta y que la música ambiental construye y refrenda. Lo que DeNora menciona como “*cues for agency*” no es otra cosa que entender que en el capitalismo avanzado de finales del siglo XX y del siglo actual, consumir en todas sus variantes no es sólo adquirir bienes de consumo, sino experimentar y disfrutar la experiencia de adquirirlos. De ahí la creciente estetización tanto de los objetos de consumo como de los espacios de consumo y, por ende, de nuestras experiencias. En este sentido, la música ambiental es una forma de control social en tanto que nos predispone a experimentar la realidad de cierta manera. Como mencionaba Truax más arriba: el acto de comprar lo relacionamos con nuestro concepto de felicidad. Bajo esta pauta, suprimir la Muzak, como proponen Bradshaw y Holbrook, para *limpiar* nuestros oídos, y porque ella es mala y nos manipula, significa no entender en su cabalidad la situación del consumo actual. No solamente la música es una forma de control, sino que también lo son la constante publicidad con la que somos bombardeados a diario; las estructuras que ha tomado el espacio público; los valores con los cuales se nos educan, etc. La música ambiental, es cierto, juega un papel relevante, pero no podemos ponerla fuera del contexto más grande.

Capítulo 4: Espacio y lugar

Desde hace veinticinco años vivo en hoteles. Entraña una ventaja: no estás fijo en ninguna parte, no te apegas a nada, llevas una vida de *transeúnte*. Sensación de estar siempre a *punto de partir*, percepción de una realidad sumamente provisional.

Cioran (2000, p. 25)

Lo que nos interesa en este capítulo es ver de qué manera la música ambiental determina los diferentes espacios sociales donde se le encuentra. Utilizaremos para ellos dos conceptos que describen al espacio como la suma de las componentes que se mencionaron en el capítulo anterior. El primero es el concepto de no-lugar, utilizado por el antropólogo francés Marc Augé y profundizado a través de otros teóricos como Michel de Certeau y Manuel Delgado. El segundo es el de *liminoide*, ideado por Victor Turner, con el cual aspiramos a establecer un puente que ligue el no-lugar con el ritual.

4.1 El no-lugar

Con el concepto de no-lugar define Marc Augé a aquellos espacios de tránsito, como son los aeropuertos, las estaciones de trenes y de camiones, el metro, las gasolineras y, en general, todo aquellos sitios que funcionan como un lugar de paso, de manera que también deben incluirse en él los centros comerciales, con sus largas caminatas interiores, los vestíbulos de los hoteles (y los hoteles en general), las salas de espera (de los doctores y de otros despachos), los restaurantes y las cadenas de las

llamadas tiendas-exprés³⁴. Otros lugares que se han convertido en íconos emblemáticos de nuestras grandes ciudades, como la cadena de *Starbucks*, entrarían también en esta categoría, pero su caracterización no es tan sencilla y merece una formulación más matizada. En todo caso, el concepto central que subyace al de no-lugar es el de *transitorio*. Como su nombre lo indica, el no-lugar es la negación del *lugar antropológico*, con el cual se puede establecer la analogía con ‘territorio’, es decir el espacio o lugar donde arraiga una cultura en el tiempo. El lugar antropológico “es a la vez lo que expresa la identidad del grupo (los orígenes del grupo son a menudo diversos, pero es la identidad del lugar la que lo funda, lo reúne y lo une) y es lo que el grupo debe defender contra amenazas externas e internas para que el lenguaje de la identidad conserve su sentido” (Augé, 2001, p. 51). El lugar antropológico, así, demarcaría los límites espaciales de un grupo social, sus orígenes y su historia, proveería de una identidad común a sus individuos y los haría sentirse reconocidos dentro de él.

Dentro de este “lugar” se expresan los acontecimientos grupales y personales que demarcan la identidad histórica del individuo y de él dentro del grupo. De tal manera que, a través del lente del ritual, el acontecimiento imprevisto (como los nacimientos, enfermedades y la muerte), “exige que se le interprete, no para ser conocido, a decir verdad, sino para ser reconocido, es decir para ser digno de discurso, de un diagnóstico en los términos ya catalogados cuyo enunciado no sea susceptible de chocar a los guardianes de la ortodoxia cultural y la sintaxis social” (Augé, 2001, p. 51). Bajo la lógica anterior, el lugar antropológico es “al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo habitan y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa” (Augé, 2001, p. 58).

Hay tres elementos que todos los lugares antropológicos comparten: son identificatorios, relacionales e históricos, “todos son lugares cuyo análisis tiene sentido porque fueron cargados de sentido, y cada nuevo recorrido, cada reiteración ritual refuerza y confirma su necesidad” (Augé, 2001, p. 58) Sin embargo, su estatuto

³⁴ Las tiendas exprés son aquellas tiendas abiertas 24hrs que tienen una dotación relativamente limitada de productos. Son como pequeños supermercados abiertos todo el día. En México y Estados Unidos, un buen ejemplo es la cadena *7eleven*.

intelectual, como dice Marc Augé, es a lo menos ambiguo. El lugar antropológico no es más que la idea que tienen los que lo habitan de la relación que establecen con un espacio dado, con aquellos que pertenecen a su mismo grupo social y con los *otros* (Augé, 2001, p. 61). Aunque esta idea puede tomar diversas formas debido a la subjetividad de cada integrante del grupo, quiero subrayar que, a través del ritual y del mito que lo sustenta, se esclarece una idea compartida capaz de propiciar un sentimiento de comunidad a través de la vivencia compartida de eventos históricos grupales y personales, experimentados en un mismo espacio. Asimismo, el lugar antropológico está compuesto “de tres formas espaciales simples (...) que constituyen de alguna manera las formas elementales del espacio social” (Augé, 2001, p. 62). En términos meramente geométricos, nos dice Marc Augé, estas formas espaciales son la línea (que sería el itinerario o recorrido), la intersección de las líneas (que son las encrucijadas “donde los hombres se encuentran y se reúnen”) y los puntos de intersección, que son los centros políticos o religiosos que “definen (...) un espacio y fronteras más allá de las cuales otros hombres se definen como otros con respecto a otros centros y otros espacios” (Augé, 2001, p. 62). Estos últimos son lo que en inglés se llaman *landmarks*, que son monumentos definitorios de un espacio, como la Torre Eiffel de París, la Sagrada Familia de Barcelona o la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México. Los *landmarks*, a su vez, están relacionados con actividades rituales llevadas a cabo en ellos, de tal manera que concentran una “sacralidad alternativa” (Augé, 2001, p. 65). Esta sacralidad alternativa no es otra cosa que la alternancia entre diferentes rituales que se llevan a cabo en estos espacios a intervalos regulares, haciéndolos aptos para construir una memoria colectiva que identifica comunidades enteras, ya que “cada uno de los participantes no solamente toma conciencia de la colectividad de la cual forma parte sino [que] también rememora las celebraciones precedentes” (Augé, 2001, p. 65)³⁵.

³⁵ El concepto de ritual que estamos utilizando, aunque más adelante lo veremos, es el de Víctor Turner. Turner define al ritual como un proceso en el cual se negocian las tensiones sociales (semejante a lo que Durkheim afirma), pero a través del cual se da paso a un orden social reconstituido, de tal forma que la estructura social es dinámica, a diferencia de Durkheim (Bell, 1997, p. 39). El concepto de ritual de Turner se hace eco del concepto del antropólogo británico Gluckman. Para este último, el ritual es “una representación simbólica de las relaciones sociales” (Bell, 1997, p. 39). En este sentido, Gluckman sugiere

Ahora bien, el no lugar es, como ya lo dije, lo opuesto del lugar antropológico. El no lugar es un espacio que no articula las diferentes aristas necesarias en las cuales un grupo social puede anclar su propia narrativa identitaria. Es un espacio al cual difícilmente se le puede otorgar sentido. Citando a Marc Augé: “Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definiré un no lugar” (2001, p. 83)

En la actualidad, los lugares históricos, particularmente los que se encuentran en las urbes, están envueltos en una vitrina para ser expuestos como objetos de museo. Son contemplados por todo aquello que fueron y que ya no son, sin que el individuo pueda definirse identitariamente a través de este proceso, ya que el lugar antropológico estetizado queda fuera de la historia, en tanto que no es actualizado por sus usuarios. De esta manera, los lugares antropológicos se transforman en lugares de la memoria, lugares a través de los cuales la historia ya no pasa. El turismo es uno de los grandes mecanismos a través de los cuales ciertos lugares que definieron a una comunidad y la dotaron de una historia, son excluidos del paso de la misma para convertirse en monumentos que se contemplan y ya no se usan o, para decirlo mejor, lugares para transitar y no para habitar. De esta manera, Augé propone la hipótesis de que eso que él llama ‘sobremodernidad’³⁶

que los rituales son la expresión de tensiones sociales complejas que terminan por afirmar la unidad social a pesar de los conflictos estructurales básicos en las relaciones sociales (Bell, 1997, p. 38). Asimismo, Gluckman, al igual que Turner, se cuida de no enmarcar el ritual exclusivamente dentro del campo de acción de lo sagrado y religioso. Por el contrario, el ritual, si bien presente dentro del campo de lo religioso, no es exclusivo de este campo social. Ahora bien, el concepto de “sacralidad alternativa” que utiliza Marc Augé no queda demasiado claro dentro de su texto. Me inclino a pensar que tiene que ver exclusivamente con la alternancia y repetición temporal de rituales. Como Augé tampoco explica su concepto de ritual, podemos suponer que el concepto de sagrado que utiliza es sólo una manera de concebir al ritual como algo opuesto a lo cotidiano y no por fuerza relacionado con la religión. Esto se puede argumentar, puesto que utiliza la sacralidad alternativa para definir lugares históricos. Los lugares históricos no están relacionados siempre con la religiosidad sino, muchas veces, con elementos laicos como la identidad nacional (piénsese en los lugares históricos donde se llevan a cabo las fiestas patrias). En estos lugares, los rituales no son religiosos, pero sí son eventos que escapan a la cotidianidad. En todo caso, más adelante veremos que las nociones de sagrado y de ritual se amplían muchísimo en la medida que tanto Erving Goffman y Randall Collins las definen como centrales en toda actividad de interacción humana, de lo cual concluyen que toda copresencia humana es un ritual y que el sujeto en sí, dentro del ritual de interacción, es tratado como sagrado.

³⁶ Augé propone que la época actual en la que vivimos debería llamarse sobremodernidad. A veces pareciera, por el uso que le da, que es la época subsecuente a la posmodernidad, pero a veces no. Es un concepto relativamente vago que no goza todavía de un acuerdo común en la comunidad académica. Así, me inclino por seguir denominando posmodernidad a la época contemporánea.

“es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que (...) no integran los lugares antiguos: éstos, catalogados, clasificados y promovidos a la categoría de ‘lugares de memoria’, ocupan allí un lugar circunscrito y específico” (Augé, 2001, p. 83).

Vale agregar que no se trata tampoco de contraponer el lugar al no-lugar, como si estos dos existieran siempre de manera completa y estática: en realidad, “son polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple totalmente (...)” (Augé, 2001, p. 84). Esto quiere decir que el lugar y el no-lugar siempre están dentro de un proceso de construcción espacial que inclina la balanza hacia uno de los dos extremos. Agreguemos a esto que no-lugares, como un aeropuerto, lo son sólo para el grupo de personas que lo transitan diariamente y que lo utilizan *como* aeropuerto. En este sentido, para las personas que trabajan en el aeropuerto, este se convierte en un lugar en el cual pueden anclar un sentido identitario y relacional de comunidad. Bajo esta lógica, el no-lugar no se cumple nunca totalmente. Sin embargo, hay que decirlo, de acuerdo a la enorme movilidad laboral de hoy en día, no-lugares como este tampoco establecen, más que en periodos cortos, una lógica del sentido. Lo mismo sucede con, por ejemplo, tiendas de ropa o restaurantes, donde la mayoría de los empleados sólo trabajan en ellos durante lapsos de tiempo relativamente cortos.

4.2 Espacio y Lugar según Michel De Certeau

El mismo Marc Augé aclara que la contraposición entre lugar y no-lugar no es lo mismo que la contraposición que define Michel De Certeau en su libro *La invención de lo cotidiano* (Augé, 2001, p. 85).

Para Certeau el *lugar* es “el orden (cualquiera que sea) según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia” (2000, p. 129). Dicho de otro modo, un *lugar* es la “configuración instantánea de posiciones” (2000, p. 129). Bajo esta lógica, un *lugar* será

siempre una configuración de relaciones espaciales entre objetos que se mantiene a lo largo de un cierto periodo de tiempo. En este sentido, la casa, la ciudad en términos arquitectónicos, la oficina u cualquier otra configuración relacional y espacial de objetos constituirán un lugar. En contraposición al lugar, en el *espacio* “se toman en consideración los vectores de dirección, las cantidades de velocidad y la variable de tiempo. El espacio es un cruzamiento de movi­lidades” (2000, p. 129). Bajo esta definición, el lugar cobra vida en tanto que se le superpone el plano dinámico de las actividades sociales que se desarrollan en él. “El espacio es un lugar practicado” (2000, p. 129). De lo anterior resulta que el lugar y el no-lugar de Marc Augé son en realidad subcategorías de la categoría de espacio de Certeau. Son dos tipos de espacios que se *practican* de manera diferente. Esta práctica se refiere al modo de *uso* que hacen los individuos del espacio. Este *modo de uso* del espacio, que podemos denominar *fabricación* espacial, para seguir a Certeau, consta de al menos dos modalidades. Aquí, aunque inspirado por Certeau, me separo de él para definir en mis propios términos la diferencia que radica entre *consumo espacial* y *producción espacial*, que son dos formas de fabricación espacial.

La fabricación espacial, sin importar la forma que tome, es producto de las narrativas individuales que hacen los usuarios de un lugar (“Todo relato es un relato de viaje, una práctica del espacio” (Certeau, 2000, p. 128). Por lo mismo, como dice Merleau Ponty (citado en (Certeau, 2000, p. 130) “hay tantos espacios como experiencias espaciales distintas” o, lo que es lo mismo, hay tantos espacios como narrativas de usuarios. “El espacio es al lugar lo que se vuelve la palabra al ser articulada” (Certeau, 2000, p. 129). Manuel Delgado afirma: “un lugar sólo existe en tanto la memoria de un modo u otro lo reconoce, lo sitúa, lo nombra, lo integra en un sistema de significación más amplio. Dicho de otro modo: un lugar sólo lo es porque un dispositivo de enunciación puede pensar decir de él alguna cosa que por él o en él es recordada, esto es, *tenida presente*” (Delgado, 2000, p. 19). Entonces podríamos construir a través de los puntos de encuentro de la narrativa particular de cada usuario una meta-narrativa social. Esta será, ante los ojos del sociólogo o del antropólogo, la generalización que les permitirá definir un espacio producido, común a un cierto número de individuos.

Sin embargo, a través de la acción colectiva, la ejecución y enunciación de un lugar determinado pueden subvertirse y transformarse. Pensemos en la plaza central de un pequeño pueblo como los hay tantos en México. Por lo general suelen tener un uso comercial (mercado sobre ruedas de fin de semana, etc.); un uso de encuentro, ya que mucha gente queda de verse ahí para luego ir a otro lugar; o, simplemente, un uso de tránsito, ya que el trazado urbano de las calles está definido a través de la plaza como confluencia de ellas. Este uso cotidiano que se le da a la plaza (el lugar), produce la plaza como espacio. Así, la plaza será un espacio diferente los fines de semana, cuando se pone el tianguis, que un miércoles por la mañana o un domingo de madrugada. Sin embargo, existen dentro de esta cotidianidad una serie de producciones espaciales que se repiten a intervalos regulares y le otorgan al habitante de dicha plaza una manera de relacionarse con ella y habitarla cotidianamente.

Cuando existe una acción colectiva, la plaza puede ser el lugar donde se desarrolle una fiesta, un discurso político o una manifestación. Estos eventos, que se pueden entender dentro del concepto de 'sacralidad alternativa', que vimos anteriormente³⁷, transforman el uso cotidiano que se le da a la plaza. A través de la acción ritual la producción espacial se transforma completamente, con lo cual la ejecución del lugar es subvertida, o sea que se le dota de un significado que no estaba previsto en él. Remarquemos que es justamente a través de la posibilidad de subvertir el espacio que una comunidad establece una relación identitaria completa con dicho espacio, puesto que las narrativas de cada uno de los habitantes del pueblo estarán marcadas por los mismos eventos que sobresalen de las narrativas de la cotidianidad. De esta manera, el individuo escribe su historia personal enmarcada en la historia de la propia comunidad. Solamente en ese momento el lugar de la plaza cobra todas las características que Marc Augé les atribuye a los lugares antropológicos.

En resumen, la producción espacial (o producción de un lugar antropológico) se da en la medida en que cada individuo tiene la posibilidad de enmarcar su propia narrativa

³⁷ En página 90

dentro de la narrativa comunitaria, lo que es posible a través de la sacralidad alternativa y la subversión del uso prescrito de los lugares.

Bajo esta lógica, el consumo espacial (o producción de los no-lugares) se dará en la medida en que no existe una narrativa comunitaria en la cual el individuo pueda enmarcar su propia narrativa. En otras palabras, cuando el uso de un lugar nunca es subvertido y de él sólo se pueden extraer narrativas personales cotidianas, estamos hablando de un no-lugar.

Cuando la subversión no existe, la experiencia de ese lugar es, con pocas diferencias, siempre la misma para todos los usuarios.

Parecería que un no-lugar es un lugar de libre tránsito, una suerte de limbo espacial que se presta a un uso indiscriminado por quienes lo frecuentan. Por el contrario, los no-lugares son espacios que se definen por una fuerte orientación que prescribe su modo de uso a través de una serie de prescripciones, prohibiciones y señalizaciones más o menos estrictas. Las prohibiciones que delimitan los posibles usos de estos no-lugares aparecen en la forma de puertas cerradas que tienen letreros que rezan “Sólo personal autorizado”, o accesos condicionados a alguna parte de ellos, como el uso de los baños reservado a los puros clientes, las zonas de fumadores separadas de las de los que fuman, etc. Así, son espacios que no le permiten al usuario apropiarse de ellos y practicarlos más que en los términos estrictos que los propios lugares definen. Los recorridos son siempre los mismos, no existe el atajo o, al revés, la posibilidad de tomar el camino con vista panorámica. Nos formamos en ellos cercados por vallas que definen el trayecto preciso antes de poder solicitar un café, una hamburguesa o depositar nuestras maletas. Transitamos siempre, en el mismo orden, por los mismos pasillos del supermercado. La disposición de las sillas en los restaurantes, vestíbulos y salas de espera, no cambia. Encontramos en ellos los mismos olores, los mismos colores, la misma familiaridad con que, por ejemplo, en Starbucks lo llaman a uno por su nombre para entregarle lo que ordenó. De hecho, lo que sucede es que el usuario de los no-lugares interactúa con “personas morales” o instituciones, no con sujetos físicos e individuales (Augé, 2001, p.

100). En ellos, más precisamente, interactuamos con los textos, como son la pantalla donde se despliega el menú de un McDonald's o la carta de un restaurante, los precios en la etiqueta de la ropa y el letrero de los probadores, las distintas direcciones señaladas en los aeropuertos y las estaciones de metro, trenes o autobuses (tanto escritas como las anunciadas por la voz anónima del altavoz), los nombres de las tiendas en un centro comercial, los letreros que indican las diferentes direcciones de las calles y sus nombres y todo el mobiliario urbano que nos indica el modo de proceder, etc.

“El no-lugar es el que crea la identidad compartida de los pasajeros, de la clientela o de los conductores del domingo” (Augé, 2001, p. 104). En efecto, nos vuelve semejante a los otros en la medida en que todos los usuarios de los no-lugares establecemos una relación contractual con los mismos que no es recordada una y otra vez a través del boleto de entrada, la tarjeta de crédito, el acato de las normas y otros miles de ejemplos. “El espacio del no-lugar libera a quien lo penetra de sus determinaciones habituales. Esa persona sólo es lo que hace o vive como pasajero, cliente, conductor. Quizá se siente todavía molesto por las inquietudes de la víspera, o preocupado por el mañana, pero su entorno del momento lo aleja provisionalmente de todo esto” (Augé, 2001, p. 106). En suma, “el espacio del no lugar no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud” (Augé, 2001, p. 107).

4.3 Espacio Público y Espacio Privado

Antes de continuar el análisis de los no-lugares es necesario analizar otra categoría en la cual están englobados, la de espacio público, que es la contraparte del espacio privado. Como hemos visto hasta ahora, todos los no-lugares son siempre espacios públicos (la calle, las estaciones de transporte, los monumentos, etc.) o semipúblicos (centros comerciales, cadenas de restaurantes y café, salas de espera de médicos, hoteles, hospitales, etc.). Estos espacios públicos pasan a “concebirse como la realización de un

valor ideológico, lugar en el que se materializan diversas categorías abstractas como democracia, ciudadanía, convivencia, consenso y otros valores políticos hoy centrales” (Delgado, 2011, p. 10). Resulta de esto algo contradictorio, en tanto que el orden político presupone la actualización de dichos valores en espacios que, de manera paradójica, los niegan, generando una individualidad y alienación extrema en sus usuarios, que impiden la realización de los mismos. El espacio público “tiende a constituirse en escenario de un tipo insólito de estructuración social, organizada en torno al anonimato y la desatención mutua, o bien a partir de relaciones efímeras basadas en la apariencia, la percepción inmediata y relaciones altamente codificadas y en gran medida fundadas en el simulacro y el disimulo” (Delgado, 1999, p. 12). En realidad, los valores mencionados son el resultado de la idea utópica de lo que es la ciudad en potencia, tanto en términos puramente arquitectónicos como políticos. Como afirma De Certeau, en el discurso utópico urbanístico la ciudad se define “por la posibilidad de una triple operación”:

1. La producción de un espacio *propio*: la organización racional debe por tanto rechazar todas las contaminaciones físicas, mentales o políticas que pudieran comprometerla;
2. La sustitución de las resistencias inasequibles y pertinaces de las tradiciones, con un *no tiempo*, o sistema sincrónico: estrategias científicas unívocas, que son posibles mediante la descarga de todos los datos, deben reemplazar las tácticas de los usuarios que se las ingenian con las “ocasiones” y que, por estos acontecimientos-trampa, *lapsus* de la visibilidad, reintroducen en todas partes las opacidades de la historia;
3. En fin, la creación de un *sujeto universal* y anónimo que es la ciudad misma: como un modelo político – el Estado de Hobbes- es posible atribuirle poco a poco todas las funciones y predicados, hasta ahí diseminados y asignados entre múltiples sujetos reales, grupos, asociaciones, individuos. “La ciudad”, como nombre propio, ofrece de este modo la capacidad de concebir y construir el espacio a partir de un número finito de propiedades estables, aislables y articuladas sobre otras (Certeau, 2000, p. 106).

Sin embargo, existe una gran diferencia entre los *habitantes* de una ciudad y los *practicantes* de lo urbano, ya que el *modus vivendi* de estos últimos está “marcado por urdimbres relacionales deslocalizadas y precarias” (Delgado, 1999, p. 23), en tanto que la movilización espacial es la espina dorsal de este tipo de vida. La *ciudad* arquitectónica y política, con sus lugares bien definidos, no equivale nunca por completo a la ciudad practicada, es decir la urbe que consta de un “conjuntos de usos y representaciones singulares de un espacio nunca plenamente territorializado, es decir sin marcas ni límites definitivos” (Delgado, 1999, p. 23). Bajo esta lógica, la urbe y sus espacios públicos son siempre espacios practicados en donde en potencia se pueden cristalizar los valores utópicos bajo los cuales fueron diseñados. La urbe, por lo tanto, será a la ciudad lo que el habla a la lengua. Extrapolando a Saussure, la ciudad no existe y no se puede conocer, existe solamente lo urbano, que es siempre acción y cambio. En este sentido, podríamos definir los espacios tanto públicos como semipúblicos como espacios de “visibilidad generalizada”, es decir, espacios donde, bajo la lógica panóptica, uno estaría siempre sujeto al escrutinio del *otro*. Así, el valor utópico de completo anonimato que impregna los espacios públicos es una falacia, ya que siempre existen elementos con los cuales somos identificados y con los cuales nos identificamos. Como sugiere Erving Goffman en su libro *Estigma* (2006), la situación social nunca se puede dar al margen del orden social establecido, ya que siempre hay un elemento que le atribuye a los individuos involucrados una identidad social: “nadie es indescifrable” (Delgado, 2011, p. 60) De esta manera, “si nuestro aspecto no delata de forma inmediata y flagrante ningún motivo de desacreditación” (Delgado, 2011, p. 61) “entonces se entiende que seremos dignos de sentarnos a la mesa imaginaria en que de igual a igual se juega a la sociedad” (Delgado, 2011, p. 62). En definitiva, nuestro aspecto externo nos termina por clasificar dentro del espacio público. Como dijo Simmel en su famoso ensayo sobre “La Moda” (2002c), utilizamos el vestir no como un componente para demarcar nuestra individualidad, sino para ponernos una máscara que nos permita pertenecer a un cierto grupo social y, así, como bien lo dijera Elías Canetti en *Masa y Poder* (2010), formar parte de esa experiencia liberadora de individualidad que genera la masa.

De esta manera, sí existe un cierto nivel de anonimato en el espacio público que, sin embargo, como señala Manuel Delgado, sólo la “imaginaria pequeña burguesía universal” puede reclamar y ejercer como derecho (2011, p. 62). Esta pequeña burguesía es la que, por lo general, tiene acceso a los lugares que llamamos semipúblicos, como son los hoteles, los restaurantes, los supermercados y los centros comerciales.

En muchos de ellos suele haber un guardia en la puerta, que no sólo está ahí para combatir la delincuencia sino para evitar o dificultar la entrada de personas cuya apariencia delata que su estatus socio económico es *insuficiente* para consumir como se espera que lo haga.

Así, se instaura un orden social efímero y cambiante, definido más que nada por la apariencia personal. Uno *es* en tanto que consume. Sin embargo, como recalca Manuel Delgado, la noción de *espacio público* es en el fondo una ideología que se materializa en los que sí son espacios públicos de manera cabal: la calle, la plaza, las estaciones de transporte público, etc. En estos espacios el ciudadano adquiere la categoría de usuario en virtud de los valores utópicos de igualdad y universalidad. (Delgado, 2011, p. 31)

Ese individuo es viandante, automovilista, pasajero... personaje que reclama anonimato y lo reserva como derecho y al que no le corresponde otra identidad que la de masa corpórea con rostro humano, individuo soberano al que se le supone y reconoce competencia para actuar y comunicarse racionalmente y que está sujeto a leyes iguales para todos.

Con ello, cada transeúnte es como abducido imaginariamente a una especie de no-lugar o nirvana en el que las diferencias de estatus o de clase han quedado atrás. Ese espacio límbico, al que se le hace jugar un papel estructurante del orden político en vigor, paradójicamente viene a suponer algo parecido a una anulación o nihilización de la estructura, en la que lo que se presume que cuenta no es quién o qué es cada cual, sino qué hace y qué le sucede. (Delgado, 2011, p. 32)

Los habitantes de la ciudad en el espacio público no funcionan como individuos que forman parte de una comunidad capaz de ser identificada e identificadora, sino que

funcionan como sujetos aislados que se definen por su capacidad de actuar de manera adecuada, “de reconocer cuál es el lenguaje de cada situación y adaptarse a él” (Delgado, 2011, p. 42). Todas las relaciones que se establecen en el espacio público están, pues, sujetas a lo que se hace y se debe hacer, codificadas a partir de *las maneras de hacer* (Certeau) y de *los ritos de interacción* (Goffman) (Delgado, 2011, p. 43).

No profundizaremos ahora en el concepto de espacio privado, ya que corresponde a la segunda parte de la tesis encargarse de dilucidar los aspectos de la música ambiental en ese tipo de espacios. A continuación, veremos más bien como el caminante, con su deambular, es aquel que produce el espacio urbano y los no-lugares del mismo.

4.4 El caminante

Como hemos visto hasta ahora el espacio urbano es practicado por usuarios que no tienen derecho de propiedad sobre él y lo *usan* de manera transitoria, otra forma de decir que siempre están en movimiento, dejando atrás un lugar para dirigirse a otro. Estas caminatas realizadas por los usuarios, que Certeau llama *enunciaciones peatonales* (Certeau, 2000, p. 109), son el proceso de “*apropiación del sistema topográfico*”³⁸ y la “*realización espacial del lugar*” (Certeau, 2000, p. 110). Sin embargo, el caminante nunca se detiene y enuncia una serie de relatos fragmentarios, inconexos, que a su vez son retomados por otros caminantes. Esta inconexión de los relatos es lo que a su vez posibilita su amalgama. Lo mismo que divide, arrejunta. Una buena metáfora de esto son los espacios vacíos que existen entre los diferentes contingentes de una marcha; al mismo tiempo que dividen los diferentes grupos, unen a la marcha, en tanto que demarcan una dirección y una temporalidad que siguen todas las personas. Si no existieran estos pequeños espacios vacíos la marcha sería una suerte de gran fila, como un gusano que se revuelca en la tierra sin avanzar. De esta manera, la inconexión entre los relatos de

³⁸ Subrayado del autor

espacio les otorga un dinamismo y una constante transformación. Aquel que los enuncia, el caminante, *usa* todos estos espacios de manera transitoria. Se encuentra siempre en una suerte de limbo en el cual se sabe de dónde salió y a dónde va, pero mientras tanto no es *nadie*. Certeau denomina al peatón como *ser del umbral*. Es un Ulises de la ciudad. Esta indeterminación del *status* del caminante urbano es también una de las maneras en las que mantenemos nuestro anonimato: estamos en tránsito, en un constante devenir. Con el espacio urbano sucede lo mismo, pues como dice Manuel Delgado, es “un lugar que se ha esfumado para dar paso a la pura posibilidad de lugar, para devenir todo él umbral o frontera” (1999, p. 39). Certeau afirma algo similar cuando acuña el concepto de no-lugar que luego retomará Marc Augé. Si un lugar es una ordenación temporal de posiciones relativas, un lugar donde estas posiciones cambien constantemente será un no-lugar. “El espacio público, espacio todo él hecho de tránsitos, espacio por tanto *de la liminalidad total, del trance permanente y generalizado*” (Delgado, 1999, p. 120). Incluso llegará a afirmar que un lugar se produce cuando se parte de un lugar (Delgado, 1999, p. 126). El lugar es *una manera de pasar*. En suma, y regresando a nuestra analogía con narraciones identitarias, el espacio público “es la suma de todas las voces (que) producen un murmullo, un rumor, a veces un clamor, que es un sonido incomprensible, que no puede ser traducido puesto que no es propiamente un orden de palabras, sino un ruido sin codificar, parecido a un gran zumbido” (Delgado, 1999, p. 189). Las voces son tantas, tan fragmentarias e inconexas que no pueden estar enmarcadas en la narrativa comunal que las haría inteligibles. Lo urbano, que surge del espacio público, es un no-lugar. Cabe aclarar que el peatón, caminante de la ciudad, se opone al caminante de David Le Breton, o sea al caminante cuyo “caminar es un método tranquilo de reencantamiento del tiempo y del espacio” (2011, p. 23). Aquí contrastan dos tipos de caminantes, el apresurado urbanita y el caminante bucólico de la naturaleza. A este último lo encontramos en la urbe cuando lleva pegado a los oídos un par de audífonos. Más adelante reconoceremos en la *portable music* (música portátil) de Michael Bull al caminante de las utopías, a aquel que reconvierte al espacio público en un espacio privado y utópico.

4.5 Simmel, la moda, la metrópoli y el extranjero

Podemos equiparar el extranjero de Simmel al rol que adopta cada individuo que habita la urbe cuando se encuentra de camino en el espacio público. Este sujeto urbano es, como dijera Simmel, el emigrante en potencia que, aunque está asentado, siempre está en pos de irse. No acaba de experimentar la tranquilidad del haber llegado (digamos a un restaurante o centro comercial), cuando se encuentra otra vez en movimiento. Su cualidad más intrínseca es la de siempre partir y nunca llegar. Ser extranjero, sin embargo, no implica no formar parte de un grupo; al contrario, el extranjero es uno de los elementos que constituye al grupo, un grupo formado exclusivamente por extranjeros cuya esencia es la movilidad y que, por lo mismo, “entra(n) en contacto con todos los elementos del grupo, pero no se liga(n) orgánicamente a ninguno por la fijeza del parentesco, de la localidad, de la profesión.” (Simmel, 2002a, p. 213). Debido a lo anterior, dice Simmel, el extranjero tiene “la actitud peculiar de lo objetivo” (2002a, p. 213) es decir, “constituye una mezcla *sui generis* de lejanía y proximidad, de indiferencia e interés” (Simmel, 2002a, p. 213). En efecto, detrás de todas las caras que nos cruzamos en el día a día, siempre estamos buscando rasgos identificatorios que nos develen la persona *real* que se esconde tras la máscara; intentamos descifrarlos, pero al mismo tiempo nuestros esfuerzos son mínimos. Si no logramos identificar nada rápidamente, pasamos a la siguiente cara, dejando en el olvido la anterior. De esta manera, en un grupo compuesto exclusivamente por extranjeros, lo que tienen en común son puramente elementos generales. “El extranjero nos es próximo en cuanto sentimos que entre él y nosotros se dan igualdades sociales, profesionales o simplemente humanas; en cambio, nos es lejano en cuanto que esas igualdades están por encima de ambos, y sólo nos ligan porque ligan asimismo a otros muchos” (Simmel, 2002a, p. 215). Es lo superficial lo que liga al peatón urbanita con otro. A través de la vestimenta, uno se vuelve anónimo dentro de un grupo social concreto. Esta es la gran paradoja de la moda. Nos permite *imitar*, es decir “obrar con sentido y de manera conveniente, aun en los casos en que nada personal y original se

nos ocurre” (Simmel, 2002c, p. 361). Al imitar, dirá Simmel, transferimos a los demás la exigencia de originalidad y la responsabilidad de nuestras acciones, de tal manera que nos convertimos en un producto del grupo. (Simmel, 2002c, p. 362). La imitación es la manera en la que el urbanita se vuelve anónimo y extranjero. Si todos estamos sujetos a la observación panóptica del *otro*, la única máscara que podemos portar es la de la imitación, un deber ser que se ve reflejado en todas nuestras acciones ritualizadas que realizamos en el espacio público. El acto de imitar también se refleja en nuestra indumentaria, ya que la moda “es imitación de un modelo dado, y satisface la necesidad de apoyarse en la sociedad; conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla” (Simmel, 2002c, p. 362). Sin embargo, como lo vimos anteriormente, fundirnos en el grupo de extranjeros no nos anonimiza completamente, ya que las modas son modas de clase. En este sentido, se exalta la pertenencia a un grupo dado y uno es capaz de identificarse con elementos pertenecientes a dicho grupo en el espacio público, mientras que se es anónimo frente a los integrantes de dicho grupo. Lo que permite la moda, y el anonimato del espacio público, es la *sumisión al común*, con lo cual, paradójicamente, uno “compra toda la libertad posible en la vida y puede tanto mejor concentrarse en lo que es esencial e íntimo” (Simmel, 2002c, p. 381) De hecho, esta lucha entre individualidad y sociedad es lo que Simmel considera uno de las principales causas de problemas en la sociedad moderna. Este análisis sigue siendo vigente para las sociedades postmodernas.

4.6 Los lugares intermedios

Antes de concluir el tema de la ciudad y los no lugares, me parece importante remarcar que ninguno de los autores mencionados especifica un tipo de lugar que representa el espacio intermedio entre el espacio público, entendido como no-lugar, y el espacio identitario por excelencia, como el colegio, el hogar o el lugar de trabajo. Se trata de lugares que podríamos definir como familiares y que podríamos denominar barrios: la

calle donde vivimos, el trayecto de nuestra casa hasta la parada del autobús, las inmediaciones de nuestro lugar de trabajo, etc. El barrio o lugar familiar es, como dice Jean Luc Nancy (2013, p. 23) “la ciudad que quiere reconstituirse y replegarse al interior de la ciudad”. El barrio es un espacio que oscila entre lo transitorio e inefable de la ciudad, pero que mantiene puntos de encuentro constantes entre las personas que habitan en él. Una gran parte de nuestros recorridos urbanos entran en esta categoría. Son lugares familiares porque nos son familiares algunas o muchas personas que las frecuentan, aunque no tengamos ningún trato con ellas. Asimismo, muchas cosas, objetos y construcciones que los componen crean en nosotros la sensación de hallarnos en un territorio conocido y relativamente seguro. Nos sentimos reconocidos en ellos porque nuestra cara les es familiar a aquellos cuyas caras nos los hacen conocidos. Si la familiaridad de este tipo no crea intimidad, sí da lugar a conjeturas, que a su vez crean fantasías. Así, esos lugares intermedios entre los no-lugares y los sitios de arraigo identitario podrían definirse como lugares conjeturales. Los atravesamos con la neutralidad del extraño, aunada al discreto interés del conocedor. Somos, por así decirlo, sus espectadores activos. No nos comprometen, pero nos intrigan.

De lo anterior se deduce que todo lugar practicado puede contener en su núcleo la potencia de ser no-lugar, lugar antropológico o lugar familiar. En efecto, al analizar los espacios practicados estamos siempre estableciendo una doble relación. Por un lado, la relación que establece el lugar con su función asignada y la relación que establece el lugar con el usuario del mismo. En otras palabras, la significación subjetiva que una persona o un grupo de personas les puedan dar a un lugar particular puede organizar a éste en diversas categorías simultáneas. Para el trabajador de una tienda de ropa, su lugar de trabajo no puede considerarse como no-lugar, por ejemplo. Hago esta aclaración porque resulta conveniente no concebir las tres categorías ya expuestas como absolutas e inamovibles. En este sentido, cuando analicemos la función de la música ambiental en los no-lugares, resultará prudente considerar, en la medida de lo posible, los diferentes puntos de vista de las personas que los practican.

4.7 Categorización de los no-lugares

Si bien hemos logrado caracterizar hasta ahora el no-lugar, me parece pertinente, antes de continuar, hacer un comentario tanto a Manuel Delgado como a Marc Augé. Los dos, particularmente Delgado, definen todo el espacio público (que engloba además al semipúblico) como un no-lugar, de tal manera que las diferencias que puedan existir entre diferentes no-lugares se tornan irrelevantes. Es a causa de esta visión generalizadora que propusimos el concepto de *lugar familiar*.

Con base al lugar donde aparece la música de fondo, hay dos tipos de no-lugares. Por un lado, tenemos el espacio público “abierto” o, en otras palabras, la calle. Todos los tipos de vialidades y lugares abiertos entran en esta categoría: autopistas, avenidas, callejones y calles, calles cerradas, parques, plazas, atrios de iglesias, jardines públicos, etc. Por lo general, al transitar por estos no-lugares, no escuchamos música ambiental. Puede ser, por ejemplo, que de alguna tienda escuchemos música, pero, como ya vimos, esto no es necesariamente música ambiental, sino parte del paisaje sonoro por el cual transitamos. Todos los otros no-lugares en los cuales la música ambiental aparece con todo derecho son los espacios cerrados, por lo general semi-públicos, de los cuales ya hemos ido enumerando ejemplos a lo largo de este trabajo.

Es importante colocar aparte los no-lugares cerrados, pues al analizar la función en ellos de la música ambiental, descubriremos usos que les son específicos. Asimismo, hay una última categoría con la cual me gustaría caracterizar a los no-lugares cerrados y separarlos entre *no-lugares únicos* y *no-lugares reproducibles*, ello para marcar la diferencia entre los no-lugares que no pertenecen a un gran consorcio y aquellos que sí pertenecen a él. En Barcelona, por ejemplo, es la diferencia que existe entre el bar de cualquier esquina de las calles del *Eixample* y un *Starbucks*. En efecto, en los no-lugares únicos los usuarios asiduos establecen lazos emocionales específicos con el lugar. Por un lado, a partir de mi experiencia después de vivir un año en Barcelona, todos estos bares son bastante intercambiables, empezando por la comida que sirven, el decorado y la dinámica que se establece entre los clientes y el dueño o encargado del lugar y entre los

clientes entre sí. Sin embargo, bastaba pasar por el bar de la esquina de mi casa a la misma hora para observar que estaban sentadas en la barra las mismas personas. Este fenómeno, que se repite tanto en Francia como en Italia y en Argentina, por poner unos ejemplos que conozco de primera mano, existe en la medida en que existe una vida barrio. Basta pasearse por los mercados locales para ver que el señor X conoce y platica con el carnicero, mientras que la señora Y se sienta todos los días a platicar con el dueño del bar. En la ciudad de México también se pueden encontrar este tipo de dinámicas, si no en cafés, sí en la abarrotería de la esquina y en comercios similares. Me parece de suma relevancia remarcar este tipo de fenómenos, porque no se puede suponer a la urbe (como hacen Augé y Delgado) como un continuum homogéneo de no-lugares por donde la gente transita sin ningún tipo de apego hacia nada. Si bien el bar de la esquina es un no-lugar, muchos de sus usuarios experimentan un lazo afectivo que los vincula con él. A menudo el dueño no es un desconocido y el lugar es familiar y se concentran en él muchas narrativas personales que se comparten con los otros asiduos al bar, de tal manera que existe una narrativa colectiva en la cual destacan las narrativas individuales. Si bien no son lugares que puedan ser subvertidos por la acción colectiva, para un número pequeño de personas es el marco donde se enuncia el paso de largos periodos de tiempo. De esto se deduce que existen ciertos no-lugares que, para un número reducido de personas, dejan de ser no-lugares, sin que, por ello, se transformen en lugares antropológicos. Sería prudente, por lo tanto, ampliar la definición que propusimos anteriormente de *lugar familiar* para englobar en esta categoría esos lugares que, en virtud de ser frecuentados asiduamente por las mismas personas, pueden acabar por perder su carácter de no-lugar y se convierten, para estas mismas personas, en su contrario, esto es, en lugares únicos e inconfundibles.

En contraposición a los no-lugares únicos tenemos los no-lugares *reproductibles*, que funcionan de la misma manera que los primeros. Una de las nociones básicas que subyace a las cadenas de ropa o comida es la de reproducir en cada una de sus sucursales la misma experiencia, de tal manera que uno se sienta familiarizado en cada una de sus filiales con el mismo entorno. El decorado es siempre el mismo, las personas que atienden

siempre visten igual y son intercambiables, la ropa se encuentra distribuida según el mismo criterio, los precios son casi los mismos y la música ambiental tiene siempre la misma línea estilística³⁹. En consecuencia, se trata de establecer sucursales alrededor del mundo que permitan al usuario sentirse siempre en casa. Rige, en este sentido, la noción de ubicuidad. Como dijera Marc-Augé, el turista se siente como en casa en la medida que participa de la vida de los no-lugares que también hay en su país de origen. Resulta sorprendente que, no importa que ciudad turística sea, los McDonald's siempre están llenos de turistas. Éstos, que supuestamente mantienen un estatuto de "aventurero" en un país "exótico", cada vez que pueden aprovechan la posibilidad de sustraerse a esa condición y regresan al espacio que les es más familiar.

4.8 Place Attachment

Hasta ahora hemos afirmado que la apropiación de un lugar consiste en dotarlo de un significado que se construye con las narrativas de cada individuo o grupo social que lo frecuentan. Sin embargo, no queda claro si la noción de narrativa personal implica que se establece además una relación emocional con el lugar. Esta relación emocional sería parte esencial para comprender muchos de los espacios privados y algunos no-lugares únicos de la ciudad que son identitarios, pero que difícilmente podríamos entender como lugares

³⁹ Esta última afirmación hay que matizarla. Starbucks, por ejemplo, tiene su propio sello musical llamado Hear Music, el cual cuenta con músicos tan famosos como Paul McCartney entre otros muchos. Sin embargo, en una nota publicada en la revista Rolling Stone (Grow, 2015), al parecer Starbucks iba a dejar de lado los CD's para aliarse con Spotify y así hacer que los baristas que trabajan en sus tiendas, pusieran música "a su gusto". Además, habría, dice el artículo, nuevas *playlists* específicas de Starbucks. Starbucks es una tienda particular en cuanto a música se refiere. L'Occitane, por ejemplo, manda discos a sus empleados una vez al mes con música de "temporada". Me fue imposible encontrar las listas de canciones de las diferentes tiendas para compararlas a nivel internacional, pero sí pude comprobar, al preguntarle a los empleados de Zara y Pull and Bear, por ejemplo, que, al menos en México, sí programan la misma música. Existen por otro lado playlists de Zara en Spotify que se llaman Zara Spring 2015 (Zara, 2015), por ejemplo. Incluso, me sucedió una vez, que fui de un banco a otro de la misma empresa en cuestión de minutos y descubrí que transmitían la misma música al mismo tiempo en dos de sus sucursales. Seguramente una investigación más a fondo de este tema revelaría prácticas comerciales interesantes, pero lo que nos importa afirmar aquí es que la música ambiental sirve y es usada para crear la "imagen" de la marca.

antropológicos. La razón por la cual no queda claro si en el concepto de *narrativa* están incluidos los sentimientos es porque estos, más allá de poder ser nombrados dentro de una narrativa, influyen al mismo tiempo la forma que pueda tomar esta en el momento de ser narrada. Es decir que, en el proceso de narrar una experiencia dada, estamos también estructurando la forma de dicha experiencia a través del sentimiento que tenemos al narrarla. Existe, por lo mismo, un doble juego entre el sentimiento que se enuncia dentro de la narración y es, por lo mismo, recuerdo, y el sentimiento presente que define, en menor o mayor medida, la misma narración. Siempre hay que tomar en cuenta que, al pensar los procesos de significación como narraciones, estas últimas suceden siempre *a posteriori* de la experiencia empírica original y están determinadas y determinando una nueva experiencia en el momento de ser enunciadas.

Para saltar este obstáculo, tomaremos prestado de la disciplina de la geografía el concepto de *place attachment*, que podría definirse como apego al lugar. En realidad, el concepto de *place attachment*, como bien sugieren Setha M. Low e Irwin Altman (Altman & Low, 1992, p. 3), es análogo a otros como *topophilia*, *place identity*, *insidedness*, *genres of place*, *sense of place or rootedness*, *enviromental embeddedness*, *community sentiment*, *identity*, etc. Usaremos la traducción literal de *apego al lugar*, sobreentendiendo que lo que nos importa en este concepto es la noción de sentimiento. Por decirlo de otra manera, en los procesos de significación de un lugar valoraremos la dimensión sentimental de los usuarios. Definiremos, pues, el concepto de apego al lugar como “una interrelación de afectos y emociones, conocimiento y creencias, y comportamientos y acciones en referencia al lugar” (Altman & Low, 1992, p. 5). En el texto citado se entiende lugar como “el espacio al cual se le ha dado sentido a través de procesos personales, grupales o culturales” (p.6). En otras palabras, se está entendiendo aquí lugar como lugar practicado o como espacio, en el sentido de Michel De Certeau. De lo anterior se deduce que, *a priori*, la significación de un lugar no necesariamente implica un apego al mismo, sino que el apego es un proceso cuya condición de existencia es la práctica previa del lugar. Sin embargo, como sugiere Riley (1992), el apego al lugar no implica necesariamente un apego directo al lugar como lugar, sino un apego hacia las ideas,

personas, experiencias y la cultura que se manifiestan en él. De esta manera, el lugar practicado pasa a ser un medio que contiene estas categorías, que es inseparable de ellas, pero que no es en última instancia el foco central del apego (Altman & Low, 1992, p. 10). Bajo esta lógica, el lugar practicado cobra las dimensiones de un símbolo en el imaginario de cada usuario. Entendamos aquí símbolo no como un ente fijo en el tiempo que expresa siempre lo mismo, sino como un sistema social y cultural que es dinámico y que tiene sentido a lo largo del tiempo y de forma cambiante (Turner, 1974, p. 54). De esta manera, el lugar como símbolo recoge en su seno toda una serie de otros símbolos y los agrupa funcionando como un contenedor que permite la inteligibilidad de todos los sentidos que se agrupan en él. Visto de esta manera, el lugar significado, es decir, transformado en símbolo, adopta dimensiones emocionales y de volición como lo hace cualquier *sentido* en un contexto social. El lugar como símbolo provocará como todo símbolo, (Turner, 1974, p. 55) efectos psicológicos y de comportamiento en los usuarios del mismo. No queda ya duda de que el lugar y el no-lugar, así entendidos, producen las sensaciones psicológicas emocionales de apego como, por ejemplo, el que produce cualquier símbolo artístico. En este sentido, concluimos que todo espacio practicado no sólo lo es en tanto que se le llena de símbolos y sus respectivos significados, tanto personales como grupales, sino en la medida que él mismo se transforma en un símbolo que hace posible la lectura de todos los símbolos que en él se expresan. Una vez llegado a esta conclusión resulta mucho más sencillo dar el siguiente paso hacia el concepto de liminaridad.

Capítulo 5: Ritual

5.1 Liminar y liminoide

El concepto de liminaridad fue acuñado por antropólogo Arnold Van Gennep en su teoría sobre los rituales de paso (1981). El rito de paso define exclusivamente rituales que implican un cambio en el estatuto social del individuo o de un grupo de individuos o que están asociados a cambios estacionales de una sociedad completa (Turner, 1974, p. 56).

En este tipo de rituales podemos identificar tres partes: la separación, la transición y la incorporación. La primera parte, que transforma el espacio y tiempo seculares en un espacio y tiempo sagrados en los cuales se desarrolla el ritual, demarca propiamente el principio del rito. En esta separación se llevan a cabo procesos simbólicos a través de los cuales los individuos involucrados en el ritual se *separan* de su estatuto social anterior. Por ejemplo, en una boda, la llegada de la novia acompañada por su padre, que la “deposita” en el altar, es un proceso simbólico en el cual la novia deja de ser la prometida sin todavía ser la esposa. Es decir, la caminata de la entrada de la iglesia hasta el altar es el proceso a través del cual se deja atrás el tiempo y espacio mundano, así como el estatuto social que se tenía, para ingresar de lleno en el espacio ritual. Mientras el sacerdote pronuncia su discurso, tanto el novio como la novia están inmersos en lo que Van Gennep llamó *limen* (‘umbral’). Se trata de una etapa de transición, donde los individuos se encuentran en una suerte de limbo social, con un estatuto despojado de gran parte de los atributos tanto anteriores como posteriores al ritual, si bien los que conservan son a menudo de gran importancia (Turner 1974, p. 57). En la tercera fase, que es la incorporación, los individuos recuperan a través de procesos simbólicos su estatuto social completo. Es la parte del ritual donde el sacerdote pronuncia el famoso “los declaro marido y mujer” y donde el novio, ahora sí, “puede besar a la novia”. A través del beso, se sella el pacto donde los novios se transforman en esposos y pasan a formar de nuevo

parte de la sociedad con las nuevas responsabilidades y características que implica su nuevo estatus. Asimismo, por lo general, “el paso de un estatuto social al otro está acompañado de un paso paralelo en el espacio, un movimiento geográfico de un lugar a otro” (Turner, 1974, p. 58). Como dice Turner (1974, p. 59), en la etapa de transición, los iniciados son dirigidos tanto como sea posible hacia la uniformidad, la invisibilidad estructural y el anonimato. Al mismo tiempo que esta situación debilita al iniciado, ya que pierde los derechos que le confiere su estatuto social, adquiere nuevas libertades, ya que abandona, así sea temporalmente, un estatuto social prefigurado por la norma.

Estas libertades pueden entenderse mejor si pensamos que en el estado de liminaridad la “gente ‘juega’ con los elementos de lo familiar, encargándose de des-familiarizarlos” (Turner, 1974, p. 60)⁴⁰. Es una fase, dice Turner, donde se manifiesta mejor que nunca la capacidad humana de *crear*, en tanto que se permite la libre asociación de elementos simbólicos. Esta conjugación de sentidos nuevos que se atribuyen a los símbolos, serán muchas veces absorbidos por el sistema central político, cultural, social y económico, que les otorgará una razón de ser y un lugar dentro de la sociedad. Para Turner, el estado de liminaridad es un proceso sociocultural en el cual se generan nuevos símbolos, tanto verbales como no verbales. De hecho, afirma, esta posibilidad de variación y de libre juego entre todos los factores que determinan una cultura tiene un rol más dominante en las culturas en las cuales la diferenciación entre *ocio* y *trabajo* es más pronunciada, es decir, todas aquellas culturas influenciadas profundamente por la revolución industrial.

En las sociedades agrarias y tribales prevalece el modelo dicotómico de opuestos cosmológicos “naturales” (por ejemplo, lo frío y lo caliente, lo crudo y lo cocido [Strauss-Lévi, 2002]) que define la mayoría de las estructuras culturales de una comunidad, desde la comida hasta la forma de las casas, y que también moldea los espacios de liminaridad. Este modelo dicta, casi de manera cabal, cuando los niños son iniciados en la vida adulta,

⁴⁰ Un buen ejemplo de esto lo da el mismo Turner en su libro *El proceso ritual* en la sección “La liminalidad de un rito de instalación” (Turner, 1988, p. 104–108). También se puede leer más en el libro de Turner *La selva de los símbolos*, en el capítulo 4: *Betwixt and between: The liminal period in Rites de Passage* (Turner, 1967, pp. 93–111).

también las posibilidades de comportamiento social y cultural que el individuo debe aprender. En este sentido, el juego de los niños funciona como forma de aprendizaje y asimilación de normas, más que como forma creativa de reestructuración simbólica. Como afirma Turner, en el juego de los infantes, sólo se permiten ciertos juegos y variaciones simbólicas que son a todas luces inofensivas (Turner, 1974, p. 61). Bajo la misma lógica, “los símbolos en los *rites de passage* en estas sociedades (las tradicionales), aunque sujetos a la permutación y transformación de sus relaciones, sólo lo están *dentro* de un sistema relativamente estable, cíclico y repetitivo” (Turner, 1974, p. 62).

Simmel, en su ensayo “La metrópolis y la vida mental” (Simmel, 2002b), afirma que en la medida en que el hombre dejó atrás la comunidad tradicional (y de paso la estructura dicotómica antes mencionada) para dar paso a la sociedad moderna, el individuo fue dejado en mayor medida a su libre albedrío, al encontrarse cada vez más entre extraños, solo y libre de las ataduras que imponen los lazos sociales de la comunidad. Debido a la reestructuración social acaecida, si el término de liminaridad es usado para describir sociedades más complejas (en particular las posteriores a la revolución industrial), sólo se le puede utilizar de una manera metafórica. “La incapacidad de distinguir entre sistemas simbólicos y géneros pertenecientes a culturas que se han desarrollado antes y después de la Revolución Industrial puede ocasionar mucha confusión tanto a nivel teórico como con respecto a la metodología operacional” (Turner, 1974, p. 62). ¿Cuál es, según Turner, la diferencia fundamental entre estos dos tipos de sociedades? La diferencia radica en la concepción del *trabajo*, el *juego* y el *ocio*. Por un lado, en las sociedades agrarias y tribales no existe una diferencia radical entre trabajo y ocio, sino entre trabajo sagrado (mito y rituales) y trabajo profano (Turner, 1974, p. 63). Por supuesto existen momentos lúdicos dentro del trabajo, que pueden aparecer o no en los estados de liminaridad. Pero, como ya dijimos, estos espacios de *juego* pertenecen siempre al ámbito del trabajo o, como diría Durkheim, *de la vie serieuse*. En suma, son espacios para el juego que están incluidos en el universo del trabajo. No existe, pues, un espacio que se separe del trabajo y se oponga a él. En cierto sentido, en las sociedades tribales la comunidad forma parte de un proceso constante de rituales que ratifican el

trabajo sagrado sin el cual no sería concebible el trabajo profano. En cambio, en las sociedades que se desarrollaron a partir de la Revolución Industrial, al espacio de *ocio* se le considera como la contraparte del espacio del trabajo, pues está provisto de un tiempo diferente de éste. El tiempo libre en contraposición al tiempo laboral. Esta idea se hace más patente a través de la separación espacial entre uno y otro. Tomarse unas vacaciones es *alejarse* del lugar donde se trabaja, poniendo distancia entre las actividades que tienen un objetivo común y las actividades espontáneas, sin meta alguna, que se corresponden más al aspecto lúdico de la vida social.

La separación radical entre estos dos campos de acción social llevaron a Turner a estipular que los estadios de liminaridad en las sociedades post industriales no podían ser definidos cabalmente como tales. Bajo esta lógica, Turner concibió el término de *liminoide*. Una de las diferencias más profundas que existen en la dualidad trabajo–ocio de las sociedades post industriales, según Dumazedier [citado en (Turner 1974:67)], es que el ocio no está regido por la obligación ritual, sino que pertenece al campo de la elección personal. Ahora bien, esto no quiere decir que los espacios de ocio no estén enmarcados en todo tipo de rituales (sería ridículo concebir a los aficionados que asisten a un estadio de fútbol como al margen de toda acción ritual, por ejemplo), sino que el individuo es más o menos libre de participar en los rituales de su elección. En suma, el campo de la acción ritual no permea ni define todas las actividades de las sociedades post industriales, sino que se fragmenta, produciendo diferentes espacios rituales. Muchos de estos nuevos campos rituales, que no podrían definirse propiamente como enmarcados en rituales de paso, cuentan, sin embargo, con muchas características propias de lo liminar.

Ahora veremos cuáles son las características que comparten lo liminar y lo liminoide. Como lo dijimos anteriormente, el espacio liminar es un espacio creativo en la medida que permite la reconfiguración de los símbolos. Mientras que en las sociedades tribales este espacio está dominado y determinado por la comunidad y en él se expresa la creatividad de la propia comunidad, en las sociedades postindustriales se enfatiza, por el contrario, la creación individual (Turner, 1974, p. 84). Por ejemplo, la ciencia y el arte, dos

actividades liminoides según Turner, son producto de la libre elección. Al mismo tiempo existen espacios en los que permanentemente se manifiesta lo liminoide: bares, algunos cafés, clubs sociales, etc. (Turner, 1974, p. 86). Desgraciadamente, Turner no proporciona ejemplos más concretos ni explica cómo se manifiesta lo liminoide en estos lugares. Sin embargo, a través del análisis de dos conceptos que él mismo propone, no es demasiado difícil adivinarlo.

El primer concepto es el de *communitas*, que define un estado de interrelación entre un número determinado de personas, donde el rol social dictado por las estructuras sociopolíticas y económicas queda más o menos anulado. De esta manera, las personas se relacionan entre sí en un nivel de igualdad que les permite compartir una misma experiencia sin la mediación de las estructuras que definen los roles sociales. Todo espacio liminoide presupone, entonces, un estado de *communitas*.

Un buen ejemplo de esto es el rol que, como sugiere Elías Canetti (2010), adquiere el individuo cuando forma parte de la *masa*. En ella existe una situación de anonimato en el cual los individuos niegan la mayoría de sus diferencias sociales para formar parte de un mismo objetivo. Se genera un sentimiento de pertenencia a un grupo que trasciende las individualidades. La conciencia y la acción se funden, de tal manera que el individuo es consciente de lo que hace, pero no es consciente de estar consciente (Turner, 1974, p. 87). Turner dirá que el individuo se encuentra en un estado de *flow*. Para lograr este estado psicológico, la atención de cada individuo debe estar centrada en un campo de estímulos bien limitado. Así, el 'ruido', que forma parte de la realidad social, se suprime de la conciencia o es tratado como algo irrelevante, por ejemplo, cuando una determinada masa asiste como espectadora a un juego o un deporte. En un estadio de fútbol, los aficionados, una vez que pagan su boleto de entrada, se transforman en hinchas de uno de los dos equipos. Se identifican entre ellos solamente en la medida en que apoyan el mismo equipo. Lo que cada uno de los hinchas es fuera del estadio se torna irrelevante. Cada hincha es anónimo para el hincha de junto. De esta manera se crea una suerte de comunidad ilusoria que está definida sólo en base a un elemento externo. Una vez que el elemento externo desaparece, también lo hace la comunidad ilusoria.

El individuo en estado de *flow* experimenta una pérdida del ego o, mejor dicho, el ego se vuelve insignificante. El sujeto acepta que las reglas que lo determinan también determinan a los otros, de tal manera que no hay necesidad de negociar el estatuto social de nadie (Turner, 1974, p. 88). En conclusión, todo estado liminoide presupone la conformación de una *communitas* a partir de un estado de *flow* de los individuos.

Hay que aclarar que casi todo ritual tiene la forma procesual de *passage* (Turner, 1974, p. 56). Es decir, en todo ritual existe un comienzo del mismo, un estado en el cual los roles sociales son renegociados y reafirmados, y un final. Bajo esta lógica uno podría suponer que todo ritual es de paso. Sin embargo, la característica más importante de los rituales de paso es que conllevan la pérdida y transformación del rol social de los sujetos. Estos pierden su estatuto social para adquirir otro al final. Bajo esta lógica, por ejemplo, un carnaval no representa un rito de paso, pues si bien es cierto que a través de la máscara el individuo adquiere el derecho de transgredir los límites de su rol social, el final no le depara un nuevo estatus. Y, con todo, es difícil no llamar espacio liminoide al espacio donde la máscara oculta nuestra identidad y, al ocultarla, nos permite jugar a ser otra persona o, al menos, a expresar nuestras pulsiones de amor y de muerte que reprimimos en aras de vivir en sociedad. El espacio de juego que implican el carnaval y la misma fiesta es un espacio de máxima creatividad que coincide con el espacio liminoide. En este sentido, el espacio liminoide, dentro o fuera de un acto ritual, define un espacio donde se genera una *communitas* y donde el individuo experimenta un estado de *flow*.

Turner, incluso, afirma que las actividades y espacios liminoides están desprovistos del ritual de paso en su forma cabal (1974, p. 62), lo que nos permite utilizar esta categoría de una manera más amplia.

En el texto “El animal público”, de Manuel Delgado (1999), vemos un uso extenso de este término aplicado como generalidad al espacio público y semipúblico⁴¹. El momento liminal, sugiere Delgado, “representa un punto neutro de lo social, sociedad

⁴¹Si bien Manuel Delgado utiliza a lo largo de su texto el concepto de liminar y no de liminoide, no por ello debe suponerse que para este autor el paso por el espacio público y semipúblico forma parte de un ritual de paso.

entendida como comunidad esencial, como comunión, sociedad sin estructurar, recién nacida, pura y no deteriorada todavía por la acción humana o el tiempo” (1999, p. 116). Si el momento liminal representa lo anterior, entonces, concluye Delgado, el “espacio público, espacio todo él hecho de tránsitos, [es] espacio, por tanto, *de liminalidad total, del trance permanente y generalizado*” (1999, p. 120). En este sentido, afirma que los usuarios de los espacios públicos “son seres de la indefinición: ya han salido de su lugar de procedencia, pero todavía no se han incorporado a su nuevo rol”. En efecto, el “transeúnte está siempre *ausente, en otra cosa, con la cabeza en otro sitio*, es decir, en el sentido literal de la palabra, *en trance*” (Delgado, 1999, p. 119). Así, al cruzar el umbral de la puerta de nuestra casa para dirigirnos a nuestro trabajo, estamos accediendo a un no-lugar, que presupone una *communitas* donde cada individuo se encuentra en un estado de *flow*: un espacio en el cual predomina el anonimato y donde nuestros roles sociales y nuestro *yo* se difuminan para formar parte de un espacio que se construye constantemente y que es todo él devenir. Aunque este espacio esté constantemente en construcción, también consta de una serie de códigos y normas que evita que el usuario pueda adoptar un rol social diferente al del transeúnte. Todo tipo de acción o actitud que permita la identificación precisa de una persona está “prohibida” en el espacio público. Gritar, vestirse de manera inusual, pelearse y tropezarse, son situaciones que por lo general conllevan miradas de desaprobación por parte de los otros y una consecuente dosis de vergüenza personal, en la medida que nos identifican como unos infractores del orden comunitario. En el espacio público debemos comportarnos como todos se comportan, debemos ser una copia del de al lado. Veamos ahora como se estructuran las interrelaciones en el espacio público.

5.2 Cadenas de rituales de Interacción

Antes que nada, es necesario establecer qué queremos decir con el concepto de ritual. Para Turner, como nos dice Catherine Bell, el ritual es el medio por el cual los individuos protagonizan las tensiones sociales presentes a través de una serie de

actividades que permiten que el sujeto “experimente la autoridad y la flexibilidad del orden social, la liminaridad y los lazos de una *communitas* igualitaria, y el paso de un viejo lugar en el orden social a un nuevo estatus en un orden reconstituido” (Bell, 1997, p. 40). En el sentido más durkheimniano, el ritual, para Turner, tiene la función de negociar las tensiones sociales, pero, al mismo tiempo, la estructura social (a diferencia de Durkheim), no es vista como una estructura estática sino como un proceso dinámico. Según Turner, a través del ritual se forma un equilibrio en la experiencia del sujeto entre las leyes de la comunidad y las fuerzas capaces de renovar esas leyes (Bell, 1997, p. 39). Dicho de otra manera, a través del ritual el individuo no sólo reafirma las formas que rigen su entorno, sino que las renueva y las transforma. El sujeto encuentra el punto medio entre la aceptación de lo que *es* y lo que *podría ser*. Es bajo esta noción que el espacio liminar, el único capaz de alterar el orden preestablecido, se vuelve el “lugar” donde se expresa la creatividad y la fuerza de cambio de una sociedad. Sin embargo, en la teoría microsociológica que Goffman construye a través de diferentes obras (1963, 1972, 1974, 1979, 1981, 2006), nos encontramos con una modificación de este pensamiento. En realidad, sugiere Goffman, a través del ritual el individuo no reafirma las leyes presentes, sino que las produce y reproduce, ya que estas nunca se manifiestan más que en la acción particular de una situación determinada. ¿Cómo, entonces, si es solamente en una situación particular cuando existe la estructura, esta puede ser reproducida? Randall Collins nos dice que se reproduce través de las cadenas de rituales de interacción. Dentro de cada ritual se renuevan, producen y reproducen los elementos que, dentro de la memoria colectiva, se produjeron en el ritual anterior. De esta manera, un ritual sólo se puede entender en la medida en que se entiendan todos los rituales que lo precedieron y que le seguirán. Collins da la siguiente definición de ritual: “un ritual es un mecanismo que enfoca una emoción y una atención conjuntas, generando una realidad temporalmente compartida” (Collins, 2009, p. 20). Esta definición, y lo dice el mismo Collins, termina abarcando la mayoría de las actividades que el ser humano realiza en sociedad. La consecuencia más relevante de esto es que “el individuo es una cadena de rituales de interacción” (2009, p. 19) lo que implica, a su vez, que siempre protagoniza las distintas

formas de su individualidad *en* la situación. Dicho de otra forma, el individuo es una colección temporal de situaciones en las cuales crea las formas de las mismas y se crea a sí mismo. Si todas las formas de interacción humana están enmarcadas en un cuadro ritual, resulta que “los rituales son situaciones que exigen cooperación para sostener su momentáneo foco de atención para, así, mostrar su respeto tanto por las personas que participan en ellos con propiedad, como por la propia realidad situacional, en su calidad de objeto que merece ser tratado con seriedad en ese momento” (Collins, 2009, p. 44). En palabras de Goffman: “el ritual (...) representa para el individuo un modo en que debe delinear y atender a las implicaciones simbólicas de sus actos cuando está en la inmediata presencia de un objeto de especial valor para él” (1972, p. 67) El valor especial que define Goffman no es otra cosa que lo sagrado, y el objeto, en los rituales de interacción, no es otra cosa que el ‘otro’. Como los rituales de interacción implican por fuerza a dos personas o más, cada individuo participante es definido como el ‘otro’ por los demás copartícipes y, a su vez, se encarga de definir al otro como ‘otro’. De tal manera que, dentro de la teoría de las cadenas de rituales de interacción, el individuo *es* lo sagrado y al mismo está definido *a priori* como sagrado a causa de los rituales anteriores.

Me gustaría, sin embargo, alejarme del concepto de sagrado. Al igual que el de ritual, es un concepto tan utilizado a lo largo de la literatura, que las acepciones son tantas que, o bien dice mucho, o no dice nada. Planteemos mejor, en su lugar, la idea de que el ritual obliga a controlar el simbolismo de los propios actos con respecto a un objeto al cual le atribuimos un cierto valor. De esta manera, las cadenas de rituales de interacción “crean cultura, y en ocasiones reproducen la existente, pero en ambos casos la cultura sólo está socialmente viva si la celebración de los rituales tiene éxito, esto es, cuando los ingredientes situacionales disponibles logran unos rituales cognitivamente centrados y emotivamente intensos” (Collins, 2009, p. 53). En esta lógica, *el sentido* se construye solamente en el marco de la situación. Ahora bien, si el no-lugar está definido como el lugar donde no se pueden crear sentidos compartidos, eso implica que *los ingredientes* situacionales de todo ritual de interacción que se lleve a cabo en los no-lugares, no son suficientes para que estos rituales se lleven a cabo de manera exitosa, es decir, para que

se cree una realidad temporalmente compartida tanto a nivel cognitivo como emocional. En otras palabras, lo que está sucediendo es que las cadenas de rituales de interacción no están ni reproduciendo ni creando nuevos sentidos repetibles en los siguientes rituales, sino una suerte de reconfiguración simbólica aleatoria que no se condensa nunca en nada repetible. El espacio público permite, como lo dice Delgado al definirlo como espacio liminar, la creatividad que menciona Turner, es decir la reconfiguración simbólica a través del juego, sin que los nuevos símbolos lleguen a formar posteriormente parte de un nuevo orden social y sin que estos puedan ser reproducibles en rituales subsecuentes. En cada situación de ritual de interacción, donde “el actor adquirirá una cara – o ‘sí mismo social’- en la misma medida en que sus copartícipes cooperen en realizar el ritual que sostiene las definiciones de tal realidad situacional y de quiénes son sus concelebrantes” (Collins, 2009, p. 38), el sí mismo social que adquirimos es semejante al de un Ulises cuando Polifemo le pregunta ¿quién eres? y Ulises responde: Nadie. Sumergidos en una *communitas* y un *flow* donde no se condensa ninguna cara en nuestra memoria, el espacio liminoide de lo público acrecienta solamente nuestra individualidad, al permitir el anonimato.

En la medida en que sólo podemos ser juzgados por el otro de acuerdo a una cierta cantidad de normas definidas únicamente en base a nuestra apariencia (en particular la moda y uno que otro gesto que dejemos entrever), el *yo interior* adquiere la libertad de expresarse en fantasías y pensamientos sin estar constantemente circunscrito a un orden ritual que lo limite. En este sentido, el espacio público liminoide sí permite la creatividad y el juego, pero a un nivel exclusivamente individual y, por eso, los símbolos construidos no llegan a formar nunca parte de una realidad social compartida. En efecto, las cadenas de rituales de interacción en espacios públicos son una pequeña serie de normas que permiten evitar al otro. En un vagón del metro, por ejemplo, mirar de manera constante a una persona causará en ella una evidente incomodidad, que nos hará notar por medio de diversos gestos, como retirarnos la mirada o adoptando una posición física diferente. De la misma manera, todo contacto físico involuntario con el otro, en la medida que hubiera podido evitarse, vendrá acompañado de un “disculpe usted”. La regla general de la

interacción ritual en el espacio público es la de evitar al otro y estar siempre pendiente de que no exista un elemento que quiebre este orden. Como lo dijo Simmel en su texto sobre “La metrópolis y la vida mental” (Simmel, 2002b, *passim*), el individuo, en la medida en que se le permite permanecer anónimo y en soledad, también adquiere más libertad de espíritu y de elección.

Hasta ahora hemos hablado exclusivamente del espacio público, pero ahora quisiera hablar del espacio semipúblico, que es donde podemos encontrar música ambiental y analizarlo en términos de cadenas de rituales de interacción.

En la medida en que en estos espacios se reúnen diferentes personas, automáticamente se establecen cadenas de rituales de interacción. De esta manera, “una vez [que se encuentran] los cuerpos reunidos, puede suceder un proceso de intensificación de la experiencia compartida (...) y de formación de conciencia colectiva que podemos definir como un estado de intersubjetividad intensificada” (Collins, 2009, p. 57). Estos estados, en los que nos sentimos parte de una misma experiencia y compartimos un mismo foco de atención (conciencia colectiva), no son otros que los de *communitas* y *flow*. En este sentido, Collins no se opone a Turner. Es más, en cierto sentido, Collins presupone que toda congregación humana (desde dos a más personas) genera este estado de exaltación emocional y de conciencia. Sin embargo, él mismo nos dice que “los niveles elevados de consonancia emocional – efervescencia colectiva- son efímeros” (Collins, 2009, p. 114) y que la longevidad de estos estados “depende de la transformación de las emociones inmediatas en emociones duraderas [en la medida en que estas] queden almacenadas en símbolos aptos para re-evocarlas” (Collins, 2009, p. 114). Es decir, los símbolos funcionan como baterías que no sólo guardan o poseen *sentido* colectivo, sino que también se les asocian emociones. En efecto, “el centro focal común (de un grupo) deviene símbolo del grupo. (...) (que) enfoca su propio sentimiento de intersubjetividad, su propia emoción compartida; pero no puede representar ese fugitivo sentimiento si no es encarnado en un objeto: por eso reifica, objetualiza su experiencia, la emblematiza y se conduce con ella como si poseyera una perduración sustantiva.” (Collins, 2009, p. 59). De esta manera, la reiteración ritual provee una

actualización emocional de los símbolos. Cuando la práctica ritual desaparece, los símbolos sólo perduran en la memoria, ya desprovistos de su componente emocional, “formas sin sustancia que con el paso del tiempo pierden todo sentido y fenecen”. Asimismo, “dondequiera que un grupo se congregue y centre su atención sobre un objeto que llegue a dar cuerpo a su emoción, nace *un nuevo objeto sagrado* [un símbolo]” (Collins, 2009, p. 60). Entonces, es en la experiencia ritual (al igual que afirmaba Turner) donde se crean objetos simbólicos y donde se generan las energías que impulsan los mayores cambios sociales (Collins, 2009, p. 66).

Ahora bien, esta generación de símbolos, como ya dijimos, sólo tiene lugar si el ritual es exitoso y si se repite constantemente. Eso nos hace suponer que existen rituales que no son exitosos, que es otra forma de decir que existen rituales donde no se produce el estado de intersubjetividad o éste no se concreta en ningún símbolo. Si bien en todo momento de copresencia corporal⁴² existen rituales de interacción, sólo en la medida en que estos sean exitosos conformarán y actualizarán viejos y nuevos símbolos. Lo que podemos afirmar es que en las situaciones donde existe la emoción colectiva, el nivel de ésta no siempre es el mismo. Collins, por ejemplo, afirma que en una sala de espera la emoción colectiva está en su nivel más bajo, en la medida en que la convergencia en un mismo foco de atención es mínima. En cambio, en una calle llena de gente, o en un restaurante en un bar, donde existe un “zumbido de animación” mayor, la emoción colectiva es superior. Como él mismo ejemplifica, “es palpable la diferencia entre un establecimiento atestado y otro vacío” (Collins, 2009, p. 114). “Un gentío, aun sin foco común, genera más interacción tácita que un grupo poco numeroso, y eso instila la sensación de sumergirse en una atmósfera de sociabilidad” (Collins, 2009, p. 115). “No obstante, la ausencia de símbolos que pudieran identificar posteriormente a quien allí estuvo y que al verlos en una nueva ocasión lograran resucitar aquel sentimiento de membresía, tiene por efecto que apenas pueda surgir de aquí algún sentido de solidaridad

⁴²Si es necesaria o no la copresencia corporal es una cuestión a debatir. ¿Pueden las tecnologías como el internet y las redes sociales o las videoconferencias emular o concretar rituales de interacción exitosos? La respuesta es mixta: sí pueden, pero los niveles de emoción colectiva son menores a los que se llevan a cabo en copresencia física (Benski & Fisher, 2014, p. 3).

con un grupo identificable y nada que pueda hacer durar algún sentido de identificación” (Collins, 2009, p. 115). De esto podríamos concluir que si no existe ningún símbolo que puede identificar a los asistentes de un no-lugar, éstos dejarían de frecuentarlo, ya que no existiría más que una emocionalidad colectiva en potencia, la cual, al no concretarse en nada, haría que los asistentes ya no tuvieran el deseo de repetir esa experiencia. Seguramente, esto determina nuestra elección de los lugares a los que asistimos. El mismo Collins afirma que los estados de emoción colectiva generan en el individuo el deseo de volver a experimentarlos. Esto explica porque volvemos a lugares, en vez de otros que se les parecen. Los no-lugares, si bien no permiten la generación de nuevos símbolos, ni permiten anclar sentidos en ellos, están concebidos para evocar sentidos. A través de su conformación arquitectónica, su decorado visual, auditivo y olfativo, están llenos de símbolos que evocan otras realidades emocionales, mucho más intensas y profundas. Los no-lugares, en este sentido, no producen nuevos símbolos o sentidos colectivos, porque los llevan inscritos de antemano, están contruidos sobre ellos y tienen sentido por ellos. El que la persona que atiende en un Starbucks nos llame por nuestro nombre no es un ritual de interacción de mutuo reconocimiento, reflejo de una historia compartida; es, más bien, un ritual de interacción que *promete* una intimidad que sabemos remota, aunque no del todo imposible; y es suficiente esa promesa para que nos sintamos, aunque en mínima medida, parte de un círculo afectivo. Lo mismo sucede con el decorado visual de las cadenas de ropa o de comida, que suelen suscitar sensaciones de familiaridad, de sentirnos en casa, de estar en un espacio conocido y seguro.

En este punto llegamos propiamente a la música ambiental. “Para conseguir compartir plenamente la sensación de exaltación uno busca, sobre todo, el sonido de la multitud” (Collins, 2009, p. 81). Como afirma Walter Ong (2011, p. 117), si la vista divide, el sonido hace que nos sintamos uno con el objeto de la experiencia. De esta manera, la música ambiental, que siempre sugiere otro tipo de experiencia musical (como la música escuchada en un concierto), evoca las emociones que la experiencia “original” generó en el pasado. En cierto sentido, la música ambiental es siempre una música que ya hemos escuchado con anterioridad. Como afirma David Byrne: “No es música pensada para ser

escuchada como tal, sino para recordarte (*sic*) y hacer referencia a otra música, música de verdad” (2011, pp. 35–36). He aquí una característica esencial y central de la música ambiental: música que evoca otra música. En el campo de la psicología social se ha demostrado que el sujeto puede asociar un suceso particular a la música presente cuando éste ocurrió, de tal manera que cuando vuelve a oír esa música, u otra similar, ésta es capaz de evocar las sensaciones relacionadas a ese evento particular. Asimismo, la música puede evocar el evento mismo como un recuerdo (Clarke et al., 2010, p. 84). Por otro lado, también se sabe que la música puede producir emociones que no tienen la especificidad semántica asociada a dichas emociones en la vida cotidiana. Es decir, que se experimenta la forma de una emoción sin su contenido (Clarke et al., 2010, p. 88).

En este sentido, sugiero que la experiencia que propicia la música ambiental es semejante a una experiencia acabada y sin futuro, “perfecta” porque se halla desprendida de la particularidad semántica original. Experimentamos a través de la música ambiental emociones particulares que no tienen un origen cognitivo concreto, porque ella evoca siempre la experiencia de otra música. Una buena analogía es la de un paciente al cual se le suministra epinefrina. La sensación de euforia que esto le produce no tiene que ver con una evaluación cognitiva precisa (una situación de peligro, por ejemplo) sino que el paciente experimenta una emoción que le es familiar, pero en una situación que normalmente no la propiciaría. En consecuencia, si somos “uno con el objeto de la experiencia” (puesto que estamos hablando de una experiencia auditiva), la música ambiental constituye un fondo sobre el cual los individuos se recortan como siluetas planas, simples y sin fracturas, disfrutando de una plena consonancia con ese fondo, porque esa música no produce emociones particulares semánticamente en los individuos. Es el deleite de la “planitud”, como diría Walter Ong.⁴³

Nos comportamos todos como copias de todos, experimentando sensaciones acabadas que no permiten ningún atisbo de modificación. Los límites entre el fondo y la

⁴³En su libro *Oralidad y escritura*, Ong divide a los personajes literarios en personajes ‘redondos’, complejos e imprevisibles, y ‘planos’, carentes de hondura y densidad, que nunca asombran al lector y, por el contrario, le causan una suerte de deleite al actuar como el lector espera que actúen (2011, p. 148).

figura se difuminan en la medida en que la experiencia que dicta el fondo es la misma experiencia vivida por la figura. Somos, por eso, solamente siluetas que encajan en los moldes ideales de lo que debemos ser. Los no-lugares son, en este sentido, utopías sociales encarnadas en la medida en que son lugares de plena *idoneidad*, donde cada uno cumple cabalmente su rol social y se siente pleno al hacerlo.

¿Bajo qué proceso sucede esto? Bajo el de la completa simulación. El no-lugar es un lugar que propicia situaciones donde no se concretan rituales exitosos, sino situaciones donde se simulan (evocan) rituales exitosos. El sentimiento de comunidad no se concreta a partir de una exaltación emocional y cognitiva genuina y compartida, sino a través de la lógica de una comunidad ilusoria, es decir a través del sentimiento de comunidad que existe solamente en la medida en que *yo* me relaciono *contigo* a través de uno o varios símbolos impuestos y preestablecidos y no porque *tú* y *yo* nos conozcamos directamente. Por supuesto, estos símbolos a su vez evocan otros símbolos que sí contienen sensaciones de comunidad de un nivel mucho más intenso. De esta manera, se llega a evocar un sentimiento de exaltación emocional y cognitiva compartida en la medida en que se desarrolla un proceso llamado *common knowledge* (Chwe Suk Young, 2001, *passim*), que no es otra cosa que el conocimiento compartido que se da en la medida en que yo sé que tú sabes que yo sé que tú sabes, y así hasta el infinito. “Yo me identifico con ése símbolo y yo sé que tú te identificas también y tú sabes que yo sé que tú te identificas etc.”. La relación entre las personas termina por estar mediada a través de los recuerdos de sensaciones de comunidad. En términos de Bauman, se constituyen “comunidades de semejantes”.

Entonces, el no-lugar es el lugar donde todo es simulación, en la medida en que el individuo pasa por alto las diferencias que lo separan de los otros. Su único foco de atención es el de mantener las apariencias, mantener el *orden*, ser semejante a los otros. En este sentido, el no-lugar, en la medida que es el espacio por antonomasia de la simulación, es el espacio por antonomasia del juego. En él jugamos a la utopía, es decir, a ser siluetas *recortadas* sobre un fondo ideal.

Como vimos, Kassabian afirma que la música ambiental genera y/o media las relaciones que se establecen entre los participantes de un espacio. Yo reformularía sus palabras, diciendo que la música ambiental es el sustrato por el cual los rituales de interacción se vuelven rituales de evocación al generar redes de ilusiones de interacción con las demás personas.

Capítulo VI: Otras maneras de escuchar la música

Hemos mostrado en los capítulos anteriores la función que tiene la música ambiental en los No-lugares. Sin embargo, hay que tomar en cuenta otros dos aspectos de este fenómeno. El primero es el uso de los reproductores portátiles (particularmente los móviles y los *iPods*) en el espacio público. Si bien su uso no puede definirse como música ambiental *per se*, creo que sondear los puntos que tienen en común estos dos tipos de música, la propiamente ambiental y la que se escucha a través de un aparato portátil, no está fuera de los alcances de esta tesis. En primer lugar, el uso más común que se le da a los reproductores portátiles es cuando el usuario se traslada de un lugar a otro, o sea dentro de una situación de movilidad, de tal suerte que, como veremos más adelante, una de las funciones de este tipo de escucha es la de ambientar la narrativa del usuario en sus traslados. En segundo lugar, el uso de reproductores portátiles puede ser entendido como una consecuencia directa del proceso de individualización y personalización que se está llevando a cabo en la actualidad y que, por lo mismo, nos permite definir su uso y su función como los de una música ambiental particularizada.

El segundo fenómeno es el uso de la música *como* música ambiental en espacios privados: mientras se trabaja, mientras se cocina, en reuniones con amigos, etc. Hay un elemento que debe considerarse dentro de los dos fenómenos mencionados: la separación entre la escucha individual y la escucha comunal. Si bien hemos definido la escucha de la música ambiental como *la escucha del montón*, demostraré en este capítulo que este modo de escucha también es aplicable al individuo en los espacios privados. Lo que analizaremos a lo largo de este capítulo serán, pues, cuatro fenómenos musicales:

- 1) La escucha individual de música en un espacio privado mientras se realizan otras actividades.
- 2) La escucha individual de música en un espacio público mientras se realizan otras actividades (reproductores portátiles).

- 3) La escucha comunal de música en espacios públicos (el uso de móviles y otro tipo de reproductores musicales cuyo uso no es estrictamente individual).
- 4) La escucha comunal de música en espacios privados (reuniones, fiestas, etc.).

6.1 Los reproductores portátiles

Debido a la poca literatura académica sobre estos cuatro fenómenos, comenzaremos analizando el uso de los reproductores portátiles, ya que sobre este tema existe al menos un autor que lo ha desarrollado de manera extensa y profunda: Michael Bull (2000; 2001; 2005; 2007)

La escucha de los reproductores portátiles se enmarca, como dijimos, en la escucha individual en un espacio público. El tema central de Bull a lo largo de sus indagaciones es la naturaleza de la experiencia auditiva en la vida cotidiana, enfocada, por supuesto, a la experiencia musical en particular. El tipo de sujeto que Bull analiza es el caminante de las urbes. Bull describe y explica las diferentes maneras a través de las cuales los peatones configuran su experiencia de los lugares por los que transitan. La teoría de Bull establece que el transeúnte necesita otorgar un significado al espacio que atraviesa para poder estructurar su narrativa personal. Por lo mismo, explica el uso de los reproductores portátiles como una manera de significar los No-lugares, aunque no lo diga de manera explícita⁴⁴. En sus propias palabras: “Demuestro las maneras en las cuales los

⁴⁴ En su libro *Sound Moves* Bull menciona los no-lugares de Marc Augé y afirma que a través del uso del iPod todos los lugares dentro del espacio público son en potencia no-lugares (Bull, 2007, p. 5). Aunque concuerdo con él, me parece que a lo largo de su libro es excesiva la relevancia que le asigna a la escucha en la construcción espacial y en la experiencia social. Bull le otorga al sujeto todo el potencial para la construcción del espacio, colocando al individuo en el centro de la experiencia social y no las interrelaciones que se establecen entre los distintos individuos. En este sentido, la visión que adopto en esta tesis es más dinámica e interrelacional que la que Bull sostiene. En dicha visión se hace énfasis en la interacción, en el sentido que le dan a ese concepto Goffman y Collins, como el proceso por el cual se construye la experiencia del sujeto, en lugar de ser el sujeto el que construye la experiencia desde sí mismo y para sí mismo. Bull, por ejemplo, critica a Marc Augé, argumentando que la narrativa histórica no es la única condición de significación de un lugar (Bull, 2007, p. 15). Se olvida, sin embargo, que Augé no sólo menciona la narrativa comunal (histórica) como condición de significación, sino que también presupone como condición importante el carácter

estéreos personales se vuelven una herramienta esencial para los usuarios en el manejo del espacio y del tiempo, en la construcción de límites alrededor del yo, y en el establecimiento de un lugar de fantasía y memoria” (2000, p. 2). Lipovetsky, por su parte, hace también referencia a este fenómeno en su análisis de las sociedades actuales: “Neutralizar el mundo por la potencia sonora, encerrarse en uno mismo, relajarse y sentir el cuerpo al ritmo de los amplificadores, (*sic*) los ruidos y las voces se han convertido en *parásitos*, hay que identificarse con la música y olvidar la exterioridad de lo real” (Lipovetsky, 2013, p. 75)

La característica central de los reproductores portátiles es, valga la redundancia, la portabilidad que, a su vez, permite la movilidad del usuario. De esta manera, el usuario tiene la posibilidad de ir acompañado, a donde quiera que vaya, de su propio y particular *soundworld* (mundo acústico). En este sentido, la tecnología le permite no sólo aislarse de su medio sonoro y personalizarlo, sino elegir el tipo de experiencia social que desea tener. Esto sucede en la medida en que deja de compartir el medio sonoro con el ‘otro’ y renuncia incluso a la ilusión de una comunidad acústica. Al aislarse sonoramente por medio de un objeto visible (los audífonos), el sujeto transforma las formas de socialización con las personas con las cual entra en contacto. Los audífonos representan para los demás un obstáculo para interactuar con su portador. Por eso, en la medida en que el sujeto se aísla sonoramente del resto de las personas, las formas de socialización rayan en la a-socialización.

relacional de los lugares, es decir, el hecho de que la interacción de los sujetos no solamente está mediada por meras transacciones mecánicas (como pasar a comprar con la cajera). La visión de Bull plantea que el usuario de audífonos tiene en sus manos el potencial de negar el espacio (crear un no-lugar) a través de sus predilecciones cognitivas (Bull, 2007, p. 15). Esta manera de pensar niega la dualidad dinámica de la construcción espacial. Supone que el espacio está ahí, dado a priori, de tal manera que el sujeto puede llegar a él y vaciarlo o llenarlo de significados. Más bien, el espacio no se presenta de antemano, sino que existe exclusivamente en la medida en que se habita y se transita, de tal manera que, por ejemplo, la esterilización del espacio que menciona Lipovetsky no descansa sólo en la idea de que el no-lugar es arquitectónicamente homogéneo, sino que la manera normativa en la cual se construye socialmente lo transforma en un ambiente neutro. Bull, en cambio, afirma que los consumidores pueden apropiarse de un espacio exclusivamente a través de las tecnologías móviles. Por mi parte, sostengo que esta apropiación es parcial e ilusoria, ya que la única manera de apropiarse de un espacio presupone, al menos, que exista una narrativa comunal dentro de la cual se enmarca la propia. En resumen, la postura de Bull coloca al individuo en el centro de la experiencia, desdeñando los procesos interrelacionales como el núcleo de la experiencia social.

Otro ejemplo de esta a-socialización es el uso del móvil en el espacio público. El usuario se sumerge en la pantalla de su celular para comunicarse con otros usuarios que se encuentran lejos. Reduce su campo de visión a una pantalla y niega parcialmente la existencia de las personas que tiene cerca, las cuales se ven relegadas a unas siluetas entrando y saliendo de su visión periférica. El usuario del móvil no levanta la vista de su aparato, pero sigue ahí, consciente en menor o mayor medida de su medio ambiente visual y sonoro. En cambio, en el caso del uso de los reproductores portátiles, el espacio sonoro sufre una división tajante; deja de ser compartido en su totalidad⁴⁵ y, por lo mismo, la experiencia que tiene el usuario de su medio ambiente se torna por completo diferente. La construcción espacial compartida se limita entonces a lo visual, a lo olfativo y a lo táctil, siendo la dimensión sonora completamente negada. Valdría la pena preguntarse, pues, cuáles son las nuevas maneras con las que se construye el espacio, si varios de los sujetos no comparten el mismo entorno sonoro, aun teniendo contacto entre sí. Más aún, ¿cómo influye esta situación en el desarrollo de las cadenas de los rituales de interacción? Un análisis de este tipo, particularmente el de los rituales, escapa a los límites de esta investigación. Sin embargo, una primera respuesta en relación con la construcción espacial se sugiere a continuación.

La experiencia que alguna vez hizo posible la radio (la esquizofonía, es decir, la escucha de un evento sonoro lejos de la fuente sonora que lo produce), ahora se ha transformado en la posibilidad, por parte del usuario, de escuchar lo que quiere cuando él quiere (ya no depende de lo que la estación decide transmitir) y donde quiere. En contraposición, por ejemplo, al ritual de interacción dentro de un centro comercial, que presupone una suerte de comunidad a través de la escucha compartida de la música ambiental, ahora nos enfrentamos a un individuo que al utilizar unos audífonos tiene una experiencia sonora desvinculada de la de los demás individuos. En este sentido, la música ambiental difiere de la música de los reproductores portátiles. Mientras la música

⁴⁵ Con las nuevas tecnologías el aislamiento sonoro es todavía más radical. Existen en el mercado audífonos que por su forma y fabricación evitan que los sonidos del exterior se introduzcan en el espacio sonoro del escucha, de tal manera que con un poco de volumen se logra un aislamiento completo. Otros, incluso, incluyen un micrófono capaz de silenciar los sonidos exteriores.

ambiental permea y homogeneiza la experiencia sonora de quienes la escuchan, la escucha a través de reproductores portátiles es intrínsecamente individual. Lo que está en juego es el elemento central que aparecerá una y otra vez a lo largo de este capítulo: la traslación del espacio privado al público y viceversa, o, para decirlo de una manera más fenomenológica, la superposición de experiencias propias del ámbito privado a experiencias exclusivas del espacio público. Los límites de lo privado y lo público, en suma, se vuelven difusos. Como lo dice Bull: “Los reproductores portátiles pueden entenderse como una herramienta urbana utilizada por los habitantes de la urbe que les permite a los usuarios extender su comportamiento mediado hacia muchos ambientes que antes no eran accesibles a la escucha privada” (2000, p. 17). En este sentido, afirma ese mismo autor, los sonidos urbanos que son *intrusivos* de manera democrática (todos los escuchamos, queramos o no), son reemplazados por otros sonidos elegidos por el usuario (2000, p. 18). El usuario de los reproductores portátiles ejerce, entonces, un control sobre su medio sonoro. Si pensamos que la música ambiental cumple una función semejante de control, podemos afirmar sin más que la música de los reproductores portátiles no es otra cosa que una música ambiental individual y personalizada. Esto no es sólo reflejo del creciente individualismo de la posmodernidad capitalista, sino, en muchos casos también, de la necesidad de aislarse de un medio (el no-lugar) que a todas luces es hostil en la medida en que el sujeto no puede aprehenderlo y significarlo a su gusto. El uso del reproductor portátil contribuye pues a la ilusión de plasmar significativamente el propio entorno, análogamente a lo que hace la música ambiental. Si la música ambiental lo hace a través de la ilusión de comunidad, habrá que ver cómo lo hace el uso de los reproductores portátiles. La pregunta que surge, entonces, es: la escucha individual de música que se lleva a cabo en ese peculiar espacio público que es el no-lugar, ¿es capaz de significar dicho espacio? Regresamos aquí a uno de los temas centrales de los capítulos anteriores: ¿cómo se *significa* un espacio? Si tal como lo hemos venido afirmando, para ello es necesaria una significación comunal que permita anclar la experiencia del individuo en un nivel colectivo, la escucha a través del reproductor portátil no es capaz por sí sola de otorgar significado a un lugar y, por consiguiente, no lo convierte en un lugar

antropológico. En este sentido, estamos ante un fenómeno que solamente logra significar la experiencia del usuario en un nivel meramente individual. El no-lugar se mantiene como no-lugar. Sin embargo, como argumenta Bull, el individuo tiene la posibilidad de anclar sus propios significados dentro de la narrativa musical. Así como la música de fondo crea el medio propicio para dar la ilusión de comunidad a través de la escucha compartida, la escucha de música a través del reproductor portátil permite crear un medio propicio para desarrollar y plasmar las propias experiencias en los espacios del anonimato. Esto es posible en tanto que el espacio público deja de ser público para volverse un espacio privado. Como dice Bull (2007), el uso del reproductor portátil es un acto de *privatización del espacio*. Esta privatización espacial ocurre en tanto que la construcción del espacio es transformada radicalmente a través de la música. Puesto que existe una separación tajante entre lo visual y lo sonoro, aquello que el sujeto percibe visualmente ha cesado de ser la fuente de cualquier sonido. Todos los objetos y personas son silenciados por la música que fluye por los auriculares. Como mencionan Bull (2000) y DeNora (2000), la experiencia del usuario se transforma, bajo esta lógica, en una experiencia fílmica. En efecto, el único fenómeno donde existe otra separación radical entre lo sonoro y lo visual es el cine⁴⁶. El usuario no sólo se aísla del medio sonoro en el cual se encuentra y deja de *compartirlo* con los otros usuarios, sino que, por lo mismo, impone significados a lo visual que sólo existen en la medida en que la música fluye por sus oídos. Los objetos y personas, silenciados, cobran una realidad diferente y pasan a formar parte de un espacio sólo accesible al usuario del reproductor portátil. Es bajo esta lógica que Bull argumenta que todo espacio es en potencia un no-lugar, en la medida en que se le puede asignar una realidad diferente y privada. Asimismo, cualquier lugar, en potencia, puede dejar de ser relacional, en tanto que el individuo interactúa con los demás de una manera mediada y, en términos estrictos y adornianos, mediada mecánicamente por la música.

El sujeto establece un doble juego con la realidad social. Se encuentra simultáneamente siendo el personaje detrás de la cámara que filma y el actor central de

⁴⁶ Junto con la televisión, por supuesto, el video y todas las formas visuales tecnológicas que permiten una separación artificial entre lo visual y lo sonoro.

su propia película. Por un lado, como ya dijimos, la escisión vista-escucha lo separa de la experiencia compartida del espacio público. A través del discurso musical los objetos y las personas cobran una nueva dimensión fenomenológica, porque se les priva de su sonido (Bull 2007), y también una nueva dimensión emocional, porque se les atribuyen significados arbitrarios suscitados por la música; en otras palabras, cobran una dimensión estética diferente a la que había antes de la irrupción de la música. En términos de narrativa, el sujeto percibe visualmente el mundo cotidiano a través del filtro emocional de la música que fluye por sus auriculares. Esto mismo lo confirman tanto DeNora (2000) como Bull (2000), cuando establecen que uno de los usos principales de la música en la cotidianidad y en particular de los reproductores portátiles es proveer de experiencias estetizadas al individuo. Bull nos dice:

“En este ejemplo el “horizonte” de la experiencia de los usuarios es descrita de manera auditiva, donde la representación del espacio es transformada en ‘espectáculo’. Esta estetización de la experiencia puede representar una monumentalización de la experiencia dentro de la cual la contingencia experimental es negada” (2000, p. 22).

En otras palabras, el usuario se aísla del medio compartido del espacio público para imponerle sus propios significados, que no están directamente relacionados con lo que está sucediendo “allá afuera”. Por ello se torna un observador: lo que ve, se transforma en espectáculo. Sin embargo, el tipo de observador que aparece con el advenimiento de la escucha portátil, como bien dice Bull (2007, p. 39-40), no puede ser entendido como idéntico al *flaneur* benjaminiano y baudeleriano. Si bien comparten algunas características, este último concepto designa a un sujeto que adopta la mirada del turista (Urry, 2002)⁴⁷, es decir, la mirada de aquel que intenta ver a través de los ojos del otro (Bull, 2007, p. 39). La *flanerie* es, por la tanto, una actitud cuya meta es el entendimiento de la otra persona. Un intento de ver a través de sus ojos. En cambio, el

⁴⁷ Urry apunta a que no existe una sola mirada del turista en términos universales y atemporales, sino que aparece siempre definida en contraposición a las prácticas, actitudes y la mirada que adopta el no turista (2002, pp. 1–2). En la posmodernidad, donde mucho del turismo busca “experimentar” aquello que vive el habitante local, como comer comida local, ir de fiesta como lo hacen los locales, tomar sus bebidas, etc., podemos sugerir que la mirada del turista, en efecto se asemeja a la del *flaneur* en tanto que busca ponerse en los zapatos del “otro”.

escucha del reproductor portátil niega la individualidad del otro, en la medida en que lo neutraliza para, así, poder atribuirle todas las características que le convienen a su propia narrativa. Como afirma Bull (2007, p. 39), el 'otro' es asimilado al plano imaginario del que escucha. En este sentido, todo aquello que ve es, en el fondo, reflejo de sí mismo. En tanto que se aliena tajantemente de la experiencia compartida del espacio público para imponer a ese espacio los significados que le provee la música que escucha, todo se transforma en un reflejo de sus propias emociones: el usuario es el artista creador que vive su propia película. Nada le es ajeno, ya que todo resulta ser producto de sí mismo. Por supuesto, ni el *flaneur* ni el usuario de música portátil logran en la práctica su cometido al cien por ciento. El *flaneur* termina por reemplazar la mirada del otro con la propia mirada, y, por su lado, el que escucha música no puede neutralizar completamente al otro. La diferencia radica esencialmente en la voluntad que tiene cada uno de estos dos personajes. Para entenderlo, pensemos en términos cinematográficos. Si se proyecta la misma escena de una película, pero cambiándole la música, la interpretación que se haga de la imagen, puede cambiar sustancialmente⁴⁸. Lo que eso demuestra es que la música produce el contexto y, a través de él, produce las claves con las cuales los sujetos leen aquello que ven en la pantalla. De la misma forma, cuando el individuo se conecta a su reproductor portátil, la música que escucha le proporciona la clave de la narración de la realidad social en la cual se encuentra inmerso. De ahí que el sujeto sea, al mismo tiempo, director (puede elegir a su gusto la música que escucha) y actor de su propia película. Es importante remarcar que, aunque el experimento del cine es revelador, existe una diferencia sustancial con la vida cotidiana. La importancia que adopta la música en el cine como elemento narrativo es mucho más central que el que adopta en el usuario de reproductores portátiles. Sin embargo, esto no impide que la fuerza significativa de la música en una situación cotidiana matice nuestro entendimiento de la misma. Basta hacer una reflexión personal y analizar cómo entendemos una situación dependiendo de nuestro estado de ánimo. En este sentido, si estamos predispuestos por la música a

⁴⁸ En este análisis se verifica mi aseveración "How film music shapes the story line" (Tan, 2013). Además, en este pequeño documental el lector podrá experimentar los efectos que tiene un cambio de música sobre una misma escena (Nowyouseeit, 2015).

“sentirnos” de una manera particular, el lente a través del cual leemos la realidad será diferente.

El usuario puede, entonces, decidir *prolongar* un determinado espacio tanto como quiera, en la medida en que siga escuchando la misma música. “La facilidad de ‘repetir’ le da la habilidad al usuario de mantener el mismo estado de ánimo, al permitirle permanecer ‘estático’ dentro del flujo del espacio y el tiempo” (Bull, 2000, p. 20). Pero también puede sustituir ese espacio construido por él por uno relativamente diferente, apretando tan sólo un par de botones de su reproductor portátil. A través del reproductor de música portátil el usuario tiene la ilusión de apropiarse del espacio y significarlo a su gusto: anclar su propia narrativa en un espacio que, al ser un no-lugar, no permite en estricto sentido esta posibilidad.

Si bien el significado que se crea no es comunitario, el contexto creado a través de la música permite anclar las narraciones de la propia vida. No menos importante, la estructuración de este contexto permite tener control sobre los significados. Se puede repetir relativamente la misma experiencia al poner la misma música y transitar por los mismos lugares; asimismo, se puede dotar de un sinnúmero de significados el mismo lugar al transitarlo con diferente música, y también se puede atribuir un significado relativamente constante a lugares completamente diferentes, al contextualizarlos con la misma música. De lo que se trata es de elegir la propia experiencia, de personalizarla. Como explica Bull:

Algunos usuarios desean simplemente escuchar, sumergiéndose ellos mismos en el disco, hasta que se lo saben completo. Describen, a menudo, sentimientos de placer cuando descubren algo “nuevo” en un disco que les es familiar. Muchos otros usuarios desean tomar consigo algo que les es familiar mientras están afuera, para que los acompañe a lo largo de su trayecto o de su día. (2000, p. 19)

Bull afirma que algunos usuarios han descrito esto como “nunca dejar el hogar” (2000, p. 24). Es decir, el usuario superpone al espacio público su espacio privado. La razón de esto, explica el autor, es que el uso de los reproductores portátiles representa para el usuario el mundo de lo íntimo y de lo personal, elementos que, como diría Augé, le

permiten *mantener* su identidad en espacios del anonimato. Así, escuchar una música que está cargada de un significado personal es algo importante para el usuario porque “le recuerda la importancia de su propia biografía en espacios desprovistos de interés y significado” (Bull, 2000, p. 24).

En resumen, como hemos visto, tanto la música ambiental como la música de los reproductores portátiles son una herramienta que le permiten al sujeto tener la ilusión de apropiarse de su espacio. Los no-lugares, desprovistos de significado, generan en los usuarios la necesidad de otorgárselo. Así, la solución viene dada o bien por mecanismos que emanan del propio no-lugar (llamarte por tu nombre en Starbucks, el mobiliario siempre idéntico en las tiendas que son cadena y, por supuesto, la música ambiental que siempre nos es familiar) o por mecanismos implementados por los propios usuarios (la escucha musical portátil). Es importante remarcar que esta apropiación espacial sólo es ilusoria. La música ambiental nos sugiere una comunidad de la cual somos parte, un sentimiento de inclusión que nos da la ilusión de rituales de interacción exitosos, sin que éstos nos afecten de manera profunda y personal: el individuo experimenta la fantasía de comunión sin perder sus rasgos de individualidad. Por otro lado, la escucha portátil nos facilita vivir la fantasía de la reafirmación de nuestro propio yo en espacios donde la individualidad es negada a cada paso. En ambas situaciones, la meta es la misma: la reafirmación ilusoria de nuestro yo, ya sea a través de la inclusión comunitaria (sensación de pertenecer como individuos) o bien de la espectacularización de la experiencia, que nos otorga la sensación de ser simultáneamente “el director” y “el actor principal”.

Estas dos experiencias ilusorias son factibles en la medida en que la música que se escucha y la manera en que se escucha, produce la sensación de familiaridad, ya sea a través de la ambigüedad de la música ambiental (gustarle al mayor número de personas o, mejor dicho, disgustarle al menor número de personas), o bien de una música que conocemos perfectamente. El iPod, dice Bull, y yo agrego la música ambiental, permite el usuario habitar un espacio que le resulte seguro y lo haga inmune a la ‘realidad externa’ (2007, p. 11).

Vale la pena remarcar que los dos modos de escucha (la ubicua y la de reproductores portátiles) son muy similares. Los dos presuponen la capacidad de *salir* y *entrar* en la música de manera semejante, ya que el usuario siempre está haciendo algo más mientras la escucha. Ante la música ambiental establecemos una escucha desatenta e intermitente (como vimos en el primer capítulo), y ocurre lo mismo con los reproductores portátiles. La música ambiental, siendo en la inmensa mayoría de las veces una música que ya conocemos, es predecible en su desarrollo, y la que escuchamos en nuestro aparato portátil también nos es familiar la mayoría de las veces, ya que forma parte de nuestra biblioteca musical. Como no existe la sorpresa, la tensión del discurso musical es anulada o, al menos, minimizada. Se crea entonces en el escucha un estado emocional estático y predecible. Alegóricamente, pareciera que la linearidad del discurso musical se vuelca sobre sí misma, como en una especie de *loop*, de tal suerte que la noción de un tiempo que pasa es suplantada por la noción de un tiempo cíclico. Es decir, la música escuchada de manera intermitente y desatenta rompe con la acción temporal que implica toda música escuchada *con atención y linealmente* (como también lo vimos en el primer capítulo). Digamos que, en vez de ser una línea con vectores de dirección y tiempo, la música ambiental y la de los reproductores portátiles en una esfera que nos rodea. De ahí la posibilidad de los usuarios, como dice Bull, de “monumentalizar” su experiencia a través de esta música: sacarla del flujo inexorable del tiempo. Es como imponer la emoción que genera una escena de la película a todas las demás escenas. En cierto sentido, por lo mismo, el tiempo no pasa.

De ello se desprende que el elemento central que une a estos dos tipos de escucha musical es la función estetizadora que imponen sobre la vida cotidiana. En el centro de esta estetización está la noción de espectáculo: la mirada *voyeur* del individuo sobre el otro y lo otro, en donde, como ya dijimos, la separación entre observador y observado no es completa, más bien todo lo contrario: camarógrafo y actor son el mismo sujeto y, en este sentido, el individuo forma parte del todo, de *su* todo. Y es aquí donde el individuo vive la ilusión más fuerte: es parte del todo sin dejar de ser él mismo; es al mismo tiempo lo uno y lo plural. Como afirma Adorno, el consumo de música reproducida

mecánicamente es un sustituto cada vez más utilizado para suplantar el sentido de conectividad que la cultura moderna (y posmoderna) no tiene (Bull 2007: 5). A través de esta música el sujeto experimenta la sensación de pertenencia e individualidad de manera simultánea. Esta ilusión viene dada por lo que Lipovetsky llamará proceso de seducción (2013). Este proceso no es otra cosa que una metáfora para designar una de las cualidades más esenciales de la posmodernidad: la personalización. Así como el que seduce a otro hace que el otro crea que posee un poder del que en realidad carece, el sujeto del posmodernismo, a través del consumo, tiene la ilusión de elegir a su antojo todo aquello que lo conforma como sujeto. Este proceso de personalización del consumo suscita en él la ilusión de ser un sujeto libre. Libre de elegir, de reinventarse, de ser como quiere ser. La libertad, nos recuerda Eva Illouz (2012, *passim*), es uno de los valores imperantes y fundamentales sobre el cual está construida la sociedad actual. Entre más control pueda ejercer el individuo sobre aquello que elige como constitutivo de su persona, más libre se siente. Es la ilusión de tener acceso a todas las posibilidades de satisfacer los propios gustos y antojos, siempre y cuando se cuente con los medios necesarios, es decir, el dinero.

Ahora bien, para que este proceso de personalización se concrete en el espacio público, nos dice Lipovetsky, es necesaria la esterilización de este espacio (2013, p. 23), que no es otra cosa que la construcción del espacio público como un no-lugar, es decir, un espacio carente de una dimensión comunal y, en este sentido, libre de ser poseído de manera individual, aunque ilusoria. Así, el espacio público occidental está sometido a un proceso de reproductibilidad: siempre es el mismo aquí y allá (las mismas tiendas, las personas vestidas de igual manera, la misma comida, etc.), lo que permite que cada quien lo conforme a su gusto. Es por eso que el espacio público se presenta siempre como un espacio neutral y anónimo, al igual que la música ambiental.

“Por todas partes lo real debe perder su dimensión de alteridad o de espesor salvaje: restauración de los barrios antiguos, producción de monumentos históricos, animación de las ciudades, iluminación artificial, <<despachos sin tabiques>>, aire acondicionado, hay que sanear lo real, expurgarlo de sus últimas resistencias convirtiéndolo en un espacio sin sombras,

abierto y personalizado. El principio de realidad queda sustituido por el principio de transparencia que transforma lo real en un lugar de *tránsito*, un territorio en el que el desplazamiento es imperativo: la personalización es una puesta en circulación” (Lipovetsky, 2013, p. 74).

Sustituir la realidad por la transparencia implica una movilidad incesante. Hay que moverse todo el tiempo, porque es imposible dotar de significado un espacio que por su propia homogeneidad se repite de manera idéntica. La única forma de no claudicar es repasarlo sin interrupción, y aquí claudicar significa enfrentarse a la propia individualidad, o sea a la propia soledad de fondo. Para escapar a la conciencia de la propia insignificancia hay que ponerse en movimiento, como esos viajeros que, aprovechando el piso encerado de los aeropuertos, los recorren de un extremo a otro mientras esperan subirse a su avión. La propia transparencia de ese espacio suscita la necesidad de recorrerlo, de agotarlo, de escudriñarlos en sus mínimos rincones, tarea por demás imposible, ya que se trata de un espacio precisamente sin rincones ni sombras, es decir neutro, cíclico, espejeante, infinito.

Si el proceso de personalización es inseparable de una esterilización silenciosa del espacio público y del lenguaje, de una seducción irreal a la manera de las voces de las azafatas de los aeropuertos, es asimismo inseparable de una animación rítmica de la vida privada. Estamos viviendo una formidable explosión musical: música continua, hit parade, la seducción posmoderna es *hi-fi*. El canal se ha convertido en un bien de primera necesidad, hacemos deporte, deambulamos, trabajamos con música, conducimos en estéreo, la música y el ritmo se han convertido en algunos decenios en un entorno permanente, en una pasión de masas. (Lipovetsky, 2013, pp. 22–23).

Como lo dice el mismo autor, el individuo posmoderno “está sediento de inmersión instantánea”, quiere “sentir más”. Así, “el individuo posmoderno (...) oye música de la mañana a la noche, como si tuviese necesidad de permanecer fuera, de ser *transportado* y envuelto en un ambiente sincopado, como si necesitara una *desrealización* estimulante, eufórica o embriagante del mundo” (Lipovetsky, 2013, p. 23). Esto nos ayuda

a entender la diferencia entre la música ambiental y la de los reproductores portátiles: la primera busca disgustar al menor número de personas y, con ello, construir un ambiente homogéneo, reproducible y, al mismo tiempo, neutro, de tal manera que el sujeto se sienta siempre a gusto, sin que su individualidad se vea amenazada o puesta en cuestión. El reproductor portátil, en cambio, transforma el espacio neutro en un espacio propio: un espacio definido en los términos del usuario. No resulta nada ilógico concluir que el uso de los reproductores portátiles no es más que una consecuencia directa de la música de fondo, en la medida en que la tecnología lo permitió. No es gratuito, en este sentido, que varias tiendas de cadena (como Zara o Starbucks) vendan sus propios discos, donde puede oírse la música que ellos mismos programan. Así, uno puede llevarse a su casa la música que lo hace sentirse cómodo en esas tiendas. En ambos casos, se cumple con la misma función: permitir y estimular el proceso de personalización. Si traigo mi propia música a cuestras, invito a mi espacio privado a desplegarse en público. Si no tengo esa posibilidad, los No-lugares y la música ambiental están contruidos para que me sienta “como en casa”.

6.2 Escucha individual en un espacio público y escucha comunal en un espacio privado

Pensemos en la música que alguien decide escuchar cuando cocina o trabaja en su tesis, cuando se baña o lee un libro, es decir cuando realiza alguna actividad en la soledad de su casa. Se trata de una escucha intermitente y desatenta, lo que hemos llamado escucha ubicua: oímos música mientras realizamos alguna tarea que nos absorbe, bien sea en un espacio público o privado. La música cumple en ese caso la función de rellenar un espacio o, en otras palabras, de estetizarlo y construirlo a nuestro antojo, evitando la entrada de los ruidos externos. Estos últimos pueden ser los ruidos de la propia casa, producidos por los otros habitantes del hogar. El sujeto ejerce un control sobre su espacio sonoro, en la medida en que lo aísla de toda fuente sonora que no sea producto de su

propia actividad, creándose así una sensación de intimidad y confort. Al mismo tiempo, como afirma Adorno, el sujeto siente la ilusión de estar conviviendo con alguien más, de no encontrarse solo. En efecto, nos dice Bull, según Adorno existe en la música un “remanente arcaico utópico” de una experiencia comunal directa (Bull, 2007, p. 123). De nuevo, pues, la música crea un espacio que no atenta contra la individualidad del sujeto, pero donde éste no deja de sentirse vinculado con los demás. Esta dualidad aparece también en el interior mismo del sujeto, en relación con su actividad cognitiva. En efecto, Bull ha observado, si bien concretándose a los reproductores portátiles, que una función de esa música es crear un espacio cognitivo libre de las vicisitudes de la propia cognición para, así, desarrollar nuestros pensamientos. Es decir, se crea un espacio mental donde las emociones, controladas por la música, nos permiten pensar más claramente. Esto explica porque tantas personas trabajan mejor mientras escuchan música. A otras, la música les ayuda concentrarse en pensamientos de cierta relevancia mientras realizan actividades mecánicas como cocinar, limpiar o conducir el auto. Cabe observar cómo diferentes tipos de escuchas y funciones de la música se traslapan entre el espacio público y el privado. Pareciera que una de las grandes consecuencias de las tecnologías que reproducen música es la de generar experiencias similares en los usuarios, independientemente de donde se encuentren. Existe, por lo tanto, una relación directa entre los espacios que construye la música, tanto en el ámbito público como en el ámbito privado.

Veremos ahora otra función de la escucha privada en un espacio privado, misma que nos permitirá abordar la siguiente clase de escucha, que es la de tipo comunal en un espacio privado.

Muchas de las personas utilizan la música como una manera de ordenar sus rutinas diarias, observación que ya encontramos tanto en Bull (2000, *passim*) como en DeNora (2000, *passim*). Sin embargo, ese ordenamiento puede ir más allá de una simple secuencia de tareas individuales y funcionar como una orquestación de las tareas de varios individuos a la vez. Esto es lo que se desprende de un breve artículo, “Radio as ritual: an approach to everyday use of radio” (La radio como ritual: un acercamiento al uso de la radio en la cotidianidad) de Bent Steeg Larsen (n.d.). En este artículo, el autor aborda la

vida cotidiana de una familia que utiliza la música de la radio para pautar sus quehaceres matutinos antes de ir a trabajar, como bañarse, desayunar, vestirse, etc. En el momento en que la radio empieza a sonar en la casa todos los integrantes de la familia comienzan su rutina diaria y ajustan sus tiempos y orden de actividades de una manera precisa, para no interferir en las actividades de los otros y evitar de esta manera contratiempos (en el uso del baño, por ejemplo). Lo que concluye el autor es relevante para nuestra investigación. Dice Larsen: “El patrón familiar de la radio nos da la impresión de que el flujo caótico de eventos en el mundo son solamente variaciones contenidas en un patrón fijo y que lo mismo es cierto para nuestro espacio social y físico”. Y continúa: “El sonido de la radio “frames” (enmarca) su mañana (la de Anna) en una situación que le es familiar, donde sabe qué está haciendo, qué tiene que hacer y en qué momento” (Larsen, n.d.). Lo que el autor está afirmando es que el hecho de que la radio tenga una programación constante y predecible todos los días genera un contexto en el cual Anna y su familia pueden enmarcar sus tareas domésticas y articularlas en una secuencia de conjunto armónica y eficiente. La radio, con su sonido familiar (el mismo programa con el mismo conductor, todas las mañanas a la misma hora), les permite dotar de sentido las actividades mecánicas que cada cual debe realizar de manera paralela a la de los otros. Este sentido no es intrínseco a cada actividad, sino al conjunto de ellas. La música de la radio opera una auténtica secuencia rítmica, como si de un ballet se tratara, que, sin dotar de un nuevo significado a cada tarea, las redime de su frustrante mecanicidad, al incluirla en un orden superior. Si bien no podemos afirmar que la escucha de la radio, en el ejemplo específico de la familia de Anna, es estrictamente música ambiental, los paralelos con la misma son obvios. Como ya dijimos, el tipo de escucha, desatenta e intermitente, es igual para las dos músicas. La música escuchada, o, en su defecto, el programa de radio, crean un ámbito conocido y familiar, sin el cual no podrían desempeñar esa función ordenadora de conjunto que hemos descrito. Se configura un espacio sonoro igual para todos los integrantes de la familia, lo que les otorga una suerte de pertenencia grupal, que se articula para lograr un mismo objetivo. Asimismo, el hecho de saber que en otras casas hay personas escuchando el mismo programa genera la ilusión de comunidad. La familia

de Anna no se siente un grupo aislado, sino que forma parte de algo más grande. Podemos afirmar, en este sentido, que la construcción espacial que se está articulando a través de las tareas matutinas es muy similar a la construcción del no-lugar. La casa se torna un espacio de transición que permite que se realicen las actividades necesarias para acceder al espacio público.

De los dos tipos de escucha que hemos analizado podemos inferir que la música ambiental no sólo cumple una función significadora en el espacio público, sino también en el espacio privado. Podemos reformularlo así: la función que cumple la música ambiental en el espacio público la cumple también en el espacio privado otro tipo de música, que bien puede ser una variante de la música ambiental o una música muy similar a ella.

Esto se debe a que muchas de las actividades realizadas en el espacio privado corresponden y obedecen a actividades dictadas por las instituciones sociales públicas, es decir que el espacio público y sus instituciones dictan en situaciones particulares ciertos requerimientos que terminan transformando el espacio privado. Si Anna y su familia necesitan coordinar de manera eficiente sus quehaceres matutinos, no es por un sentido innato del ritmo y de la armonía, sino porque desde el momento en el que despiertan, el espacio privado de su hogar se somete a la lógica del espacio público y de la productividad que impera afuera. Deben apurarse para no llegar tarde a su trabajo, donde, además, deben llegar bien presentados. Su jornada laboral empieza en su propia casa.

Ahora bien, esa eficiencia laboral, impuesta por la lógica de la productividad al espacio privado del hogar, se ve “disfrazada” por una apropiación emotiva que consiste en ambientar musicalmente las tareas preparatorias para el ingreso al universo del trabajo. Pareciera existir, entonces, una necesidad constante del sujeto de “enmarcar” [to frame, verbo utilizado por Goffman] las actividades que corresponden al dominio público dentro de la lógica del espacio privado⁴⁹. Es como si detrás del trabajo, de la escuela, de los

⁴⁹ El concepto de *frame*, utilizado por Goffman en su libro *Frame Analysis*, es uno de los conceptos centrales utilizados en las teorías de construcción social, y se refiere al marco de interpretación que hace inteligible una situación para el sujeto que la vive. Este término no fue acuñado por Goffman sino, según lo refiere él mismo, por Gregory Bateson, en su libro *Steps to an ecology of mind* (1987). Menciono el concepto en esta tesis porque Larsen también lo utiliza, pero quiero aclarar que no me interesa tomarlo como central para lo

trámites burocráticos, de los traslados, etc., hubiera una falta de sentido que fuera preciso suplir con contenidos emocionales pertenecientes a la órbita privada, y una de las herramientas para lograrlo es la transformación del espacio sonoro, ya sea a través de los programas de radio o a través de la música. En realidad, existe una necesidad de personalizar toda actividad, y esta personalización responde siempre a una necesidad de control por parte del sujeto. La ilusión de control, a su vez, genera la ilusión de sentido, como si el sujeto se dijera a sí mismo: “Si yo elijo cómo realizar cierta actividad, puedo disfrutarla. En la medida en que la disfruto, me apropio de ella”. Así, quedan relativamente veladas las estructuras de poder que en realidad están imponiendo al sujeto la realización de esa actividad. Sugiero, por lo anterior, que el sujeto posmoderno *necesita* establecer marcos emocionales en su vida cotidiana para poder apropiarse de la misma y dotarla de significado. Estos marcos emocionales se construyen en muchas ocasiones a través de la música. Más adelante veremos que gracias a los marcos emocionales que establece la música, los sujetos que a través de ella dan pauta a sus rutinas (ya sea colectivamente, como la familia de Anna, o de manera individual), obtienen la ilusión de escapar de las mismas. La rutina como tal es una serie de actividades que se deben llevar a cabo de manera constante, a intervalos de tiempo regulares y de manera mecánica. Como dice Norbert Elías (Elias & Dunning, 2014, p. 123), la rutina impone al sujeto la subordinación de “sus sentimientos e impulsos momentáneos a las demandas que, directa o indirectamente, le impone su posición social”. En otras palabras, a través de la rutina se controla al ser íntimo del sujeto, para que se comporte siempre de manera igual y constante. El rol social atribuido al individuo se vuelve una suerte de armadura medieval que dicta la mayoría de sus acciones. Por otro lado, retomando la afirmación de Lipovetsky, de que nuestra sociedad nos impone la necesidad de “sentir más”, podemos concluir que se trata, igualmente, de significar más, atribuyendo a las tareas que realizamos un significado más profundo y valioso. En la lógica

que quiero explicar. En mi opinión, la música ambiental no establece un marco de interpretación por sí sola; ayuda a establecerlo, pero tiene una función marcadamente emocional; no establece campos semánticos por medio de los cuales interpretar y entender una situación, sino que establece campos emocionales: sensaciones de comunidad, de familiaridad, de seguridad, etc. Estos campos emocionales predisponen al sujeto para que construya ciertos cuadros de interpretación, pero no los construye como tal.

de querer satisfacer de manera cabal nuestro deseo, sentimos la necesidad de significar *todo* aquello que hacemos. Sublimamos entonces este deseo de placer a través de la experiencia estética⁵⁰.

Por último, dentro de la escucha comunal en espacios privados se encuentra la música que reproducimos en fiestas y reuniones en nuestra casa, y que tiene la misma función que la que se reproduce en bares y restaurantes del espacio público. Como ya hemos hablado de esto anteriormente, sólo agregaré que esa música instaura cierto barullo en el ambiente, aspirando a crear un entorno desordenado y festivo, donde los ánimos se hallan caldeados y dispuestos a fraternizar. En cambio, en una reunión, donde la conversación es más importante y el volumen de la música debe permitir que se lleve a cabo sin dificultades, una de sus funciones es atenuar la incomodidad producida por esos silencios que repentinamente se instalan en medio de la charla, y para cuya explicación me parece necesario apelar a la noción de conectividad, como veremos en el siguiente capítulo.

6.3 Escucha comunal en un espacio público o la música de los móviles a alto volumen.

Nos referimos en este apartado a aquellas situaciones donde alguien, en un espacio público, pone música a alto volumen en su aparato reproductor, obligando a las demás personas a escucharla contra su voluntad. Los ejemplos más comunes son de los individuos que en el transporte público reproducen a alto volumen la música de sus móviles, o mientras caminan por la calle. Esta escucha, o bien se da de manera individual, o bien la realiza un grupo de personas. En ambos casos, llama la atención de las personas que rodean al sujeto. Si es verdad, como afirma Richard Sennet, que en el espacio urbano “se construye la neutralidad para legitimar el recogimiento” (Citado en Bull, 2007, p. 14),

⁵⁰ Esto lo veremos en el capítulo que sigue con más detalle.

poner música a alto volumen es una manera de “mostrarse” ante el otro, de perder la propia neutralidad. En otras palabras, el sujeto, según Sennet, no debe hacer nada para llamar la atención y, al mismo tiempo, debe evitar cualquier cosa que le llame la atención. Como subraya Bull, “La presencia del otro es por mucho una presencia silenciosa en la cultura urbana (...)” (2007, p. 41). La música “impuesta” a los otros contra su voluntad juega un doble papel: particulariza al grupo o individuo que reproduce la música frente a la masa informe de los “otros” y, al mismo tiempo, ejerce una fuerza de integración y de individualización del propio grupo. Lo demarca hacia afuera y hacia adentro. Todo esto obedece a la lógica del anonimato en el espacio público. Afirma Lipovetsky:

“La disolución de los roles públicos y la compulsión de autenticidad han engendrado una forma de incivismo que se manifiesta, por una parte, en el rechazo de las relaciones anónimas con los <<desconocidos>> en la ciudad y el confortable repliegue en nuestro ghetto íntimo, y por otra, en la disminución del sentimiento de pertenencia a un grupo y correlativamente la acentuación de los fenómenos de exclusión” (2013, p. 65).

De ello concluye el mismo autor que si las figuras míticas de lo moderno son Prometeo o Fausto, la figura que se alza en la posmodernidad es la de Narciso. El individuo se vuelca hacia sí mismo y vive bajo las premisas de la *realización de su persona*. La industria del psicoanálisis se alza como la herramienta fundamental para conocerse a sí mismo, para *trabajar* en la propia personalidad y poder finalmente encontrar la *felicidad*. “Por todas partes asistimos a la búsqueda de la propia identidad, y no ya de la universalidad que motiva las acciones sociales e individuales” (Lipovetsky, 2013, p. 8). De la misma manera, el narcisismo viene acompañado de una completa indiferencia hacia lo externo y hacia el otro. En este sentido,

“el momento posmoderno es mucho más que una moda; explicita el proceso de indiferencia pura en el que todos los gustos, todos los comportamientos pueden cohabitar sin excluirse, todo puede escogerse a placer, lo más operativo como lo más esotérico, lo viejo como lo nuevo, la vida simple-ecologista como la vida hipersofisticada, en un tiempo desvitalizado sin referencia estable, sin coordenada mayor” (Lipovetsky, 2013, p. 41).

Ahora bien, para los fines de nuestro trabajo, el tipo de escucha comunal en los espacios públicos tiene importancia porque es el único momento, entre todos los que hemos analizado hasta ahora, en el que la música se torna similar al ruido, pues como ruido lo experimentan aquellos que padecen la intemperancia del sujeto o los sujetos que los obligan a oír su música. A veces esa invasión puede ser sutil, como el tenue zumbido producido por los auriculares del reproductor portátil de nuestro vecino de asiento en el tren o en el avión. Pareciera que esa emisión de sonido moderada no merecería el calificativo de ruido, pero en la práctica es vivida como tal por quien está obligada a escucharla, pues el ruido no es una mera cuestión de intensidad. Es más bien una aparición indebida en nuestro espacio acústico. Una de las premisas básicas de una psicología del ruido debería ser el hecho de que lo que hace que un determinado sonido se perciba como algo agresivo, no es su intensidad calculada en términos de decibeles, sino su carácter intrusivo. Eso explica por qué no llegan a molestarnos ciertos ruidos domésticos provenientes de los departamentos contiguos al nuestro, como el llanto ocasional de un niño o el traqueteo del lavado de los trastes. En cambio, nos sentimos agredidos por el zumbido casi imperceptible de los auriculares de nuestro vecino de asiento en el tren. Habría que preguntarse en qué época y lugar empezó a cuajar el concepto de ruido, al menos tal y como lo entendemos ahora: una emisión de sonido experimentada por el sujeto como nociva e hiriente, por no hallarse acorde a sus expectativas auditivas dentro de un lugar concreto. Pero ruido es, sobre todo, el que causan los otros seres humanos. La erupción de un volcán, por más estruendosa que sea, no supone una violación de nuestro espacio privado; es un fenómeno natural que no tiene ninguna intención de imponernos su poder, y el ruido es inseparable del poder, o sea de los demás seres humanos que, a través del ruido, nos imponen su voluntad y su arbitrio⁵¹.

⁵¹ Como bien afirma Karin Bijsterveld (2001, p. 44) la relación entre ruido y silencio está profundamente anclada en jerarquías culturales. Según esta autora, es entre 1600 y 1900 donde la élite comenzó un proceso por el cual se obsesionó cada vez más por el control del sonido, lo que implica directamente un control sobre lo que se quiere escuchar y lo que no. Podemos sugerir, pues, que el sonido toma connotaciones cada vez más cercanas al ruido a lo largo de este proceso. Aun así, podemos, por ejemplo, encontrar ya en Séneca

“El *homo psicologicus* aspira menos a sobresalir por encima de los demás que a vivir en un entorno distendido y comunicativo, en ambientes <<simpáticos>>, sin alturas, sin pretensión excesiva” (Lipovetsky, 2013, p. 71). Así, los lugares del anonimato no adquieren esta característica a través de una negación del otro de manera activa, sino a través de ignorarlo. Nos olvidamos del otro porque estamos demasiado atentos a nosotros mismos. Y, al mismo tiempo, el mismo narcisismo incurre en una paradoja. No se trata solamente de ignorar al otro, sino, al mismo tiempo, de juntarme con mis <<idénticos>> (Lipovetsky, 2013, p. 14). Mis idénticos serán siempre aquellas personas que, permaneciendo en el anonimato, se vuelven, junto con el espacio que nos rodea, también estériles y neutrales, permitiéndome dotarlas de significados que son siempre un reflejo de mí mismo. En estos espacios del anonimato podemos desplegar nuestro yo de la manera más particular y no seremos juzgados, siempre y cuando esto no afecte al yo del otro. Puedo personalizar mi experiencia a través de los auriculares, pero no es bien visto ni deseable hacerlo de manera que el otro esté a merced de esta personalización. El otro es idéntico a mí en la medida en que nos mantengamos extraños el uno del otro. Por eso Marc Augé hace énfasis en que, para entrar en los no-lugares, uno pasa siempre por un estado de identificación que lo acredita como apto para jugar al juego del anonimato, y Bauman, por su lado, menciona las pequeñas ciudades que se construyen detrás de las bardas y la seguridad privada, donde idénticos entre idénticos (siempre que no se conozcan) viven tranquilos, al resguardo de aquellos que carecen de los medios para establecerse a su lado (Bauman, 2013b, pp. 103–132).

(epístola 56.1-2) la disposición a encontrar irritantes voces y sonidos de la vida cotidiana provocadas por el hacinamiento de la urbe romana. Pero podemos ir más atrás y suponer que ya en la Grecia antigua, cuando algún aedo recitaba sus poemas, existían sonidos que dificultaban el entendimiento de lo recitado y, por lo mismo, eran interpretados como ruido. Por otro lado, un cambio significativo en la apreciación de lo que es el ruido se produce con el advenimiento de la Revolución Industrial y el nacimiento del sonido mecánico. Autores como Thoreau en su famoso libro *Walden*, comienzan a remarcar una distinción entre el sonido de la naturaleza y el ruido que producen las máquinas. Una buena descripción de este cambio sintomático se encuentra en el capítulo “The conquering engines: Industrial Revolution” de David Hendy (2013, pp. 213-222).

Capítulo 7: Sobre ocio, utopía y estetización

Este capítulo tiene la finalidad de vincular los cuatro tipos de escucha musical descritos en el capítulo anterior con la música ambiental. Los puntos de contacto entre ellos y la música ambiental nos darían el derecho de hablar de una *música en la cotidianidad*, la cual, por lo tanto, abarcaría estas cinco modalidades: escucha comunal en un espacio público, escucha privada en un espacio público, escucha individual en un espacio privado, escucha comunal en un espacio privado y música ambiental. Asimismo, quisiera situar la música de la cotidianidad dentro de un cuadro teórico constituido por los siguientes conceptos: el caminar, el juego, la utopía y la pareja de conceptos trabajo/tiempo libre.

7.1 Otra vez el caminante

La música en la cotidianidad se manifiesta particularmente en la movilidad. Si bien, como ya vimos, se utiliza algunas veces en un ambiente doméstico y sedentario, su uso es mucho más frecuente en situaciones de movimiento de las personas. Por esta razón es necesario abordar el tema del caminar.

“La acción de atravesar el espacio nace de la necesidad natural de moverse con el fin de encontrar alimentos e informaciones indispensables para la propia supervivencia. Sin embargo, una vez satisfechas las exigencias primarias, el hecho de andar se convirtió en una acción simbólica que permitió que el hombre habitara el mundo” (Careri, 2009, p. 20). A través del caminar el hombre comenzó a ordenar el mundo nombrando los diferentes lugares que lo rodeaban. “Al modificar los significados del espacio atravesado, el recorrido se convirtió en la primera acción estética que penetró en los territorios del caos, construyendo un orden nuevo sobre cuyas bases se desarrolló la arquitectura de *los*

objetos colocados en él" (Careri, 2009, p. 20). El caminar, lo dice André Breton, "es una apertura al mundo" (Careri, 2009, p. 15). Caminar es habitar y existir, conocer y reconocer, establecernos en el mundo y relacionarnos con lo Otro.

Existen diferentes formas de movilizarse que han marcado el imaginario de la historia de la humanidad. En efecto, es imposible entender la historia de la especie humana si no se piensa en la dualidad que existe entre el nomadismo y el sedentarismo. Deleuze y Guattari describen al nómada en estos términos:

El nómada tiene un territorio; transita por caminos habituales; va de un punto al otro; (...). Para empezar, aunque los puntos determinen caminos, estos están estrictamente subordinados a los caminos que determinan, que es el contrario de lo que sucede en el sedentarismo. Sólo se llega al punto donde hay agua para luego dejarlo atrás; cada punto es una transición y existe solamente como transición. El camino siempre está definido por dos puntos, pero lo intermedio ha asumido toda la consistencia y disfruta tanto de su autonomía como de una dirección propia. La vida del nómada es la del intermezzo. (...) El nómada se traslada de punto a punto sólo como consecuencia y a causa de una necesidad factual; en principio, los puntos para él son transiciones a lo largo de una trayectoria. (...) Si el nómada puede ser denominado como el desterritorializado por excelencia, es precisamente porque no existe una territorialización a *posteriori* (...). Con el nómada, al contrario [de con el sedentario], es la desterritorialización la que constituye la relación con la tierra (...) (Deleuze & Guattari, 1987, pp. 380–381)

El espacio que construye el nómada es un espacio *abierto* en donde las relaciones que se establecen son efímeras. Como nos recuerdan Deleuze y Guattari, "por más que el trayecto nómada siga pistas o caminos habituales, su función no es la del camino sedentario, que consiste en *distribuir a los hombres en un espacio cerrado*, asignando a cada uno su parte y regulando la comunicación entre las partes. El trayecto nómada hace lo contrario, *distribuye los hombres (o los animales) en un espacio abierto*, indefinido, no comunicante" (Deleuze & Guattari, 1987, p. 380). Es por esto que la construcción espacial que producen estas dos formas de habitar el mundo es radicalmente opuesta. Mientras el sedentario construye un espacio de interrelaciones espaciales que se actualizan

constantemente dentro de los recorridos que realiza, el espacio del nómada es un constante devenir, siempre sujeto al cambio. Como bien dice Rétaillé (2013, p. 55), “en el espacio nómada, cada lugar no es solamente una parada sino también un entrecruzamiento, una intersección porque el movimiento viene antes y representa la única posibilidad de encontrarse con alguien o algo, que a su vez está en movimiento”. En este sentido, “el lugar es donde la distancia entre las personas es cero en términos espaciales (copresencia), y el lugar puede ser trasladado a otra locación, si es necesario, para preservar la condición de ausencia de distancia” (Rétaillé, 2013, p. 63). En contraposición, la narración que realiza un sedentario de cada lugar, se agrega a la anterior, construyendo una historia que se rellena de nuevos relatos que quedan relacionados entre ellos en función de *dónde sucedieron*. Hay una transformación del lugar por acumulación. Es a través de esta acumulación de narraciones que un determinado lugar se torna familiar y, en la medida en que estas narraciones son compartidas por un cierto número de personas, se torna un lugar de relaciones. Así, el lugar antropológico que describe Marc Augé sólo puede darse en un contexto de sedentarismo. Sin embargo, también los desplazamientos de los nómadas construyen espacios familiares. Los nómadas no se desplazan sin ton ni son en busca de alimento. El nomadismo implica recorridos cíclicos por los mismos lugares en función de las estaciones, como se puede observar en las culturas nómadas actuales, como los esquimales o los mongoles que viven en las estepas del desierto del Gobi. Es por esto que el nómada habita un espacio definido, aunque desterritorializado. Es más bien la cualidad del espacio lo que distingue a nómadas y sedentarios. “El espacio sedentario está *estriado* por muros, recintos y recorridos entre estos recintos, mientras que el espacio nómada es liso, marcado tan sólo por unos ‘trazos’ que se borran y reaparecen con las idas y venidas” (Deleuze & Guattari, 1987, p. 381). En otras palabras, como nos dice Careri, el espacio sedentario es un espacio sólido (2009, p. 38), mientras que el espacio nómada, sugiero yo, siguiendo a Bauman, es un espacio líquido. El espacio sólido permanece, mientras que el espacio líquido se reconfigura constantemente. Podríamos también verlo de otra forma. En el nomadismo el movimiento antecede al lugar, mientras que en el sedentarismo el

lugar está pre-definido. Si bien en la actualidad se ha aceptado que los lugares sedentarios han sido poco a poco sustituidos por *espacios de flujos* y que las *redes* son ahora la fuerza primaria de organización del espacio geográfico (Retailié, 2013, p. 67), en las urbes todavía coexisten la construcción espacial tanto sedentaria como nomádica.

A partir de estos dos tipos de espacios, podemos hacer una tipología de dos tipos de caminantes. El primero es el caminante sedentario, cuya lógica es ir de un lugar A a uno B. El itinerario es elegido en función de la prontitud y comodidad con la que se quiere llegar. Este tipo de caminante, haciendo una analogía con nuestra sociedad actual, no está disponible para nadie ni para nada. Podrá encontrarse con personas conocidas o sucesos inesperados en su recorrido, pero siempre estará apurado por llegar. El caminante sedentario es, pues, el peatón con prisa. Su recorrido y su andar establecen una narración lineal que se asemeja a un caballo con anteojeras, que sólo puede ver hacia adelante. Toda distracción y todo suceso son vistos como accidentes que prefiere evitar. El tiempo por el que transita es un tiempo que no le pertenece, porque en realidad su marcha es contra el tiempo. Atraviesa el espacio estableciendo relaciones de índole puramente funcional y práctica.

El segundo tipo de caminante es el nómada. Para éste, “los puntos de partida y de llegada tienen un interés relativo, mientras que el espacio intermedio es *el espacio del andar*, la esencia misma del nomadismo, el lugar donde se celebra cotidianamente el rito del *eterno errar*” (Careri, 2009, p. 42). En este sentido, el recorrido del caminante sedentario está constituido por los diferentes lugares de la ciudad que demarcan sus traslados, mientras que al caminante nómada su recorrido se le presenta “como lugar simbólico donde se desarrolla la vida de la comunidad” (Careri, 2009, p.42). La geografía de sus recorridos está constantemente en cambio. Los puntos de referencia se alteran una y otra vez en la medida en que cambia su ruta de acuerdo a los caprichos de su voluntad. Es una geografía del devenir donde el trayecto no está marcado de antemano, sino que, inscrito dentro de ciertas pautas, se crea y recrea a sí mismo constantemente. El caminante nómada traza todas las posibles líneas de un punto A a un punto B. Deambula a través de las calles con una meta que termina por convertirse en una excusa de su propio

andar. Esto no quiere decir que deambule sin rumbo fijo. En efecto, al igual que el caminante sedentario, movido por la necesidad, debe llegar de un punto a otro. Sin embargo, el caminante nómada tiene el tiempo de su lado, va *con* el tiempo, no *contra* el tiempo. Como dicen Deleuze y Guattari, “el nómada sabe esperar, tiene una paciencia infinita” (1987, p. 381). No quiere partir, pero tarde o temprano, debido a la necesidad, debe hacerlo. Si bien se ve determinado, al igual que el caminante sedentario, por un tiempo que termina y que tarde o temprano lo obligará a emprender el camino, vive en un tiempo que no está de antemano definido. Sabe que en algún momento debe partir o llegar, sólo que no sabe cuándo. De esta suerte, los encuentros con otras personas toman un matiz más relajado y se pueden entablar largas conversaciones. Los accidentes del camino cobran forma y no pasa de lado sin que se detenga a observarlos. Adopta la actitud del curioso que redescubre la ciudad a su paso y sin embargo no está expuestos al vértigo del tiempo abierto: el ciclo se cierra y tarde o temprano vuelve a casa.

Retomar conceptos tan generales como nomadismo y sedentarismo nos puede servir en cuanto que pueden ser esclarecedores para definir la conducta de los diferentes caminantes urbanos, pero de ninguna manera deben tomarse como categorías descriptivas en sentido estricto. Tal vez un análisis del tipo de vida que llevan las personas que viven en la calle, o de los trotamundos, podría generar paralelismos mucho más directos y sólidos, pero eso no nos concierne dentro del tema que estamos tratando. De lo que se trata es de tener una base conceptual que, matizada y bien delimitada, pueda arrojar luz sobre los cambios tan profundos que ha generado la creciente movilidad dentro de las urbes.

Lo que vale la pena remarcar como diferencia sustancial entre los dos tipos de caminantes mencionados, es que uno, el sedentario, construye un espacio cerrado en la medida en que lo atraviesa de manera utilitaria y funcional, de tal forma que el espacio termina por estar cargado de antemano con una serie de significados más o menos estáticos y sólidos. En cambio, el caminante nómada reconfigura el espacio cada vez que lo atraviesa y, por lo mismo, lo dota de nuevos significados. Construye un espacio abierto. La pregunta que surge es si existe un tipo de caminante nómada dentro de las urbes y, si

existe, bajo qué circunstancias puede ser denominado como tal. Si aceptamos la afirmación de Careri cuando dice que “(...) el andar es un instrumento estético capaz de describir y de modificar aquellos espacios metropolitanos que a menudo presentan una naturaleza que debería comprenderse y llenarse de significados más que proyectarse y *llenarse de objetos*” (Careri, 2009, p. 27), podemos afirmar que todo sujeto que utilice el andar como herramienta estética o, mejor dicho, que se traslade por la urbe con voluntad estética, estará creando a su paso un espacio nomádico. Esto implica por supuesto que su andar debe ser próximo al andar del nómada, es decir, enmarcado en la lógica del *errar*.

7.2 Dada, surrealismo y situacionismo

“El 14 de abril de 1921, en París, a las tres de la tarde y bajo un diluvio torrencial, Dada fija una cita frente a la iglesia de Saint-Julien-le-Pauvre. Con esta acción, los dadaístas pretenden iniciar una serie de incursiones urbanas a los lugares más *banales* de la ciudad. Se trata de una operación estética consciente (...)” (Careri, 2009, p. 68), cuya meta última era lograr la desacralización total del arte para lograr una unión entre esta y la vida, una unión “de lo sublime con lo cotidiano” (Careri, 2009, p. 73). No resulta arbitrario que este acto artístico se lleve a cabo en el París, donde, como bien plasma Baudelaire en *Le spleen de Paris*, existía la figura del *flaneur*. Justamente, Dada eleva “la tradición de la *flanerie* al rango de operación estética” (Careri, 2009, p. 74). Bajo la lógica dadaísta del *readymade*⁵², las incursiones de Dada en la ciudad como acto artístico no equivalen a aquellas en las cuales se intentaba sacar el arte de las salas de los museos, utilizando las calles como lugares de exposición. La incursión de Dada no deja más huella que los elementos con que se documenta el mismo acto. Así, el *flaneur*, antes un simple espectador que miraba la ciudad con voluntad estética, se transforma ahora en un

⁵² El ready-made es el arte que se produce con objetos que normalmente no cumplen la función de ser artísticos por sí mismos, como el famoso inodoro de Marcel Duchamp.

creador. “La obra consiste en el hecho de haber concebido la acción a realizar, y no en la acción en sí misma” (Careri, 2009, p. 68). Tres años más tarde el grupo dadaísta emprende un viaje sin finalidad ni objetivo que va de París hasta Blois. Un recorrido que debía hacer florecer el inconsciente de la persona y de la ciudad misma, de manera semejante a lo que sería el ideal de los surrealistas: la escritura automática del inconsciente en la vida real que deja al descubierto los mecanismos del pensamiento. En la lógica surrealista, “el recorrido surrealista se sitúa fuera del tiempo, atraviesa la infancia del mundo y toma las formas arquetípicas de la errancia en los territorios empáticos del universo primitivo” (Careri, 2009, pp. 82–83). El espacio se transforma entonces en “un organismo vivo con carácter propio, un interlocutor (...)” (Careri, 2009, p. 83). El espacio urbano se asemeja a un “*líquido amniótico*, en el cual todo crece y se transforma espontáneamente”, donde “se desarrollan los interminables paseos, los encuentros, las *trouvailles* (descubrimientos de *objets trouvés*), los acontecimientos inesperados y los juegos colectivos” (Careri, 2009, p. 86). Tiempo más tarde, a principios de los años cincuenta, el movimiento situacionista retoma las ideas de los dadaístas y los surrealistas para transformar al espacio urbano en un lugar propicio para el cambio político. Se acuña el concepto de *dérive*, que es “una construcción y una experimentación de nuevos comportamientos en la vida real, la materialización de un modo alternativo de habitar la ciudad (...)” (Careri, 2009, p. 92).

Los situacionistas habían encontrado en la deriva psicogeográfica un medio con el que poner la ciudad al desnudo, pero también un modo lúdico de reapropiación del territorio: la ciudad era un juego que podía utilizarse a placer, un espacio en el cual vivir colectivamente y en el cual experimentar comportamientos alternativos; un espacio en el cual era posible *perder el tiempo útil* con el fin de transformarlo en un tiempo lúdico-constructivo. Era necesario contestar aquel bienestar que la propaganda burguesa vendía como felicidad, y que en el terreno urbanístico se traducía en la construcción de unas viviendas “dotadas de confort” y en la organización de la movilidad. Hacía falta “pasar del concepto de circulación, en tanto que complemento del trabajo y distribución de la ciudad en distintas zonas funcionales, a la circulación como placer y como aventura”. Hacía falta experimentar la ciudad como un territorio lúdico que podía ser utilizado para la circulación de las personas a través de una vida auténtica. Hacía falta construir aventuras. (Careri, 2009, p. 104)

De lo anterior podemos inferir que la lectura crítica que hicieron los situacionistas del espacio urbano se asemeja a la construcción espacial que se realiza a través de los recorridos sedentarios de las personas, donde la ciudad se presenta como una mera secuencia de lugares diferentes entre sí o idénticos, según el punto de vista que se adopte, y donde el individuo, yendo de un lugar a otro, es un mero espectador. Los situacionistas denunciaron este carácter pasivo y enajenado a través de su célebre fórmula de “sociedad del espectáculo”. En una ciudad así construida, la espectacularización del espacio determinaba, según ellos, un uso pasivo del tiempo libre. Contra ese uso pasivo oponían la errancia por la ciudad. Esta nueva manera de habitarla implicaba encuentros accidentales entre personas que acabarían por transformar las maneras de socializar y que, por lo mismo, llevarían dentro de sí el germen del cambio político. La errancia permitiría entablar un verdadero diálogo con la ciudad, apropiarse de ella y transformarla o, en palabras de Careri, construir una ciudad en contraposición a sí misma (Careri, 2009, p. 108). Bajo esta lógica, “el uso del tiempo y el uso del espacio podrían escapar a las reglas del sistema, y sería posible autoconstruir nuevos espacios de libertad: se podría hacer realidad el eslogan situacionista: “habitar es estar en casa en todas partes” (Careri, 2009, p. 110).

La errancia situacionista es una suerte de caminar nómada. Se trata de perderse en los lugares conocidos, de revisitar con otra mirada y voluntad tanto el trayecto cotidiano como los lugares de la ciudad que uno no conoce, de reinventar la ciudad a cada paso, no solamente al transitarla sino actuando de manera diferente, subvirtiendo la función de cada lugar.

En la errancia situacionista, el espacio público toma el cariz de espacio liminar, en tanto espacio de creación y juego; escapa de los vectores lineales del tiempo impuesto, para convertirse en un espacio de tiempo libre del cual el individuo se ha apropiado al margen de las instituciones. A través de un acto estético volitivo, el individuo sería capaz de resignificar la ciudad entera y escapar del orden dado.

En los años 70's, Constant imagina la construcción de una ciudad a nivel planetario llamada *New Babylon*. Las maquetas que construye “reflejan la visión de un mundo que tras esta revolución será habitado por (...) un *Homo ludens* que, liberado de la esclavitud del trabajo, podrá explotar y transformar a un mismo tiempo el paisaje que lo circunda. *New Babylon* es una ciudad lúdica, una obra colectiva construida por la creatividad arquitectónica de una nueva sociedad errante, por un pueblo que va construyendo y reconstruyendo hasta el infinito su propio laberinto en el marco de un nuevo paisaje artificial” (Careri, 2009, p. 116). “*New Babylon* no termina en ninguna parte (puesto que la tierra es redonda); no conoce fronteras (puesto que no existen economías nacionales) ni colectividades (puesto que la humanidad es fluctuante). Todos los lugares son accesibles, desde el primero hasta el último. Toda la Tierra se convierte en una única vivienda para sus habitantes. La vida es un viaje infinito a través de un mundo que cambia tan rápidamente que a cada momento parece distinto” (Careri, 2009, p. 116). Asimismo, este proyecto se desarrolla paralelamente a la teoría situacionista del urbanismo unitario. Dentro de éste “el conjunto de las artes confluirían en la construcción del espacio del hombre. Los habitantes volverían a asumir la actitud primordial de la autodeterminación del propio ambiente y de la recuperación del instinto en la construcción de la propia vivienda y, por tanto, de la propia vida” (Careri, 2009, p. 116).

El proceso antiartístico y desacralizador del arte comenzado por los dadaístas desembocó finalmente en la estetización de la vida cotidiana. El arte arrancado de sus recintos tradicionales convirtió la ciudad misma en un objeto estético. Tanto los dadaístas como los surrealistas y los situacionistas creyeron que el arte era la mejor herramienta para dotar de un sentido transmundano a la vida cotidiana, pero no previeron que la estetización de lo cotidiano sería utilizada por el mismo sistema que intentaban abatir, que creó con ella un mundo, el de nuestros días, donde los valores estéticos son elevados al nivel de los valores éticos.

Vivimos actualmente en una *New Babylon* tergiversada, donde todos los lugares de la tierra son accesibles (basta tener el dinero); donde las economías nacionales están supeditadas a la economía global; donde ya no hay colectividades sino una sociedad en

red o líquida, que se reconfigura constantemente con el *click* del botón de un ratón; donde el mundo cambia tan rápidamente que todo el tiempo parece distinto. El sueño del urbanismo unitario, donde el arquitecto cambiaría de oficio para convertirse en constructor de ambientes totales y donde el conjunto de las artes confluirían en la construcción del espacio del hombre (Careri, 2009, p. 117), se hizo realidad. Justamente la estetización del mundo y la alianza entre industria y arte han convertido al mundo en lo que es ahora: un espacio de transición, liminar, que se renueva constantemente y que, a través de la experiencia estética, parece inagotable. Hemos sucumbido ante la idea de lo bello y hemos erigido sobre ella la sociedad del capitalismo artista o transestético según Lipovetski (Lipovetsky & Serroy, 2013, *passim*).

7.3 Utopía y música en la cotidianidad

A lo largo de esta tesis he sugerido que en nuestra cotidianidad la música tiene una función utópica en la medida que nos da la ilusión de construir espacios perfectos de comunidad. La palabra utopía, del griego *outopos*, es el no lugar, o el lugar que no existe. También Marc Augé, como hemos visto, habla de no lugares, pero en un sentido distinto. Él define el no lugar como la negación del lugar antropológico, mientras que el lugar utópico es el lugar que no existe y que no puede existir. La utopía es el horizonte, un lugar que define hacia dónde dirigirnos, pero que nunca puede alcanzarse, el lugar que el héroe llama hogar y por el cual emprende su viaje, pero que nunca cumplirá cabalmente nuestro deseo, como hace bien en recordarnos el poeta griego Constantinos Cavafis en su célebre poema “Ítaca” (Cavafis, 2005, pp. 100–101). Así, en la Odisea, se prefigura que el lugar al cual ha de regresar Ulises está inscrito como lugar de la memoria. Transformado por el deseo eterno del retorno, el hogar se construye en base a una idea y no a una realidad, y de ahí su cualidad utópica. Una vez alcanzado, el hogar es la meta, la referencia de una felicidad perdurable. Pero no podemos llegar nunca al hogar, sólo podemos tener la idea del mismo. Por eso, en la poesía bucólica de la Grecia antigua, los habitantes de Arcadia,

lugar utópico, son pastores. El pastor, conceptualizado como un ser semi-nómada, un habitante del umbral, habita en el limen entre los dominios de Démeter (diosa de la agricultura y, por lo mismo principio civilizatorio) y los dominios de Artemis (diosa de la caza, de la virginidad y de lo salvaje). Entre estos dos territorios habitan los pastores, que viven en constante movimiento siguiendo a sus rebaños. Las dos deidades protectoras de la vida pastoril son Pan y Hermes. El primero es un dios dual debido a su fisionomía (la bestia conjugada con el ser humano). El segundo es, entre otras cosas, dios de los caminos y viajeros. En la idealización utópica de los pastores, éstos habitan el espacio en el que se encuentran, que es siempre diferente y es siempre el mismo. Están en comunión con una naturaleza domada (el jardín). Siempre están en casa allá donde se encuentren y viven en completa armonía. Tal vez sea justamente este último concepto el mejor para describir el hogar como utopía. Un hogar es el lugar donde siempre reina la armonía: donde las personas, los animales, los objetos y las circunstancias conviven de una manera perfecta e ideal. Por lo anterior, podemos afirmar que donde la utopía se manifiesta más cabalmente es en la transición. Toda utopía que se alcanza o se cree alcanzar, pierde su carácter utópico. Si queremos entender en qué sentido se construye la ilusión de utopía a través de la música en la cotidianidad, tenemos que hablar de la figura del transeúnte urbano, el único posible habitante de la utopía.

Recordemos, pues, que existen al menos dos tipos de transeúntes, el sedentario y el nómada. Cada uno construye a su paso una ciudad diferente que coexiste con la otra en un fino equilibrio: dentro de la ciudad sedentaria (la ciudad organizada en puntos particulares y funcionales), vive la ciudad nómada, “que se alimenta de sus desechos (de la ciudad sedentaria) y a cambio se ofrece (*sic*) su propia presencia como una nueva naturaleza que sólo puede recorrerse habitándola” (Careri, 2009, p. 24). De esta manera, el transeúnte habita dos tipos de ciudades al recorrerlas: la narración que hace de sus recorridos es la que descubre una cara u otra de la metrópoli. Mientras el sedentario transita por un espacio y tiempo muerto, el nómada establece una *conversación* con lo transitorio, de tal manera que se apropia de sus elementos y les da forma. En su imaginario, se siente en casa justamente porque ahí donde se encuentra es donde *debe*

estar. El caminante nómada, el único de los dos que habita lo transitorio, es el único capaz, entonces, de habitar la utopía. El sedentario carece en sus recorridos de la mirada estética del nómada. Pero ¿qué quiere decir tener una mirada estética? Adorno y Horkheimer, para definirla, evocan el episodio de Ulises y las sirenas que se narra en *La Odisea*, y afirman que el precio que hay que pagar por el conocimiento del placer es nada más y nada menos que el futuro (*La dialéctica de la ilustración* (Adorno & Horkheimer, 1998, pp. 97–128). Ulises se ata al mástil de su barco ya que quiere escuchar el canto de las sirenas sin sucumbir a él. Al atarse al mástil, Ulises ata su cuerpo, símbolo de lo instintivo, poniéndole un freno al instinto que las sirenas despiertan con su canto. Ulises, veremos más adelante, establece lo que Norbert Elías (Elías & Dunning, 2014, pp. 120-123) llama una *relación mimética* con la música de las sirenas; se vuelve un espectador y no un copartícipe de la música y, por eso, no cae preso de ella. Como dicen Adorno y Horkheimer, sublima el deseo de placer con una experiencia estética. Lo que resulta en extremo importante remarcar de este relato mítico es que la experiencia estética es pasajera. Ulises es espectador porque pasa (transita) frente a las sirenas. Bien podría haber echado anclas, dejado a los marineros con sus tapones de cera y experimentado durante un largo período el canto mítico. Pero no sucede así: la nave no se detiene y pasa de largo. Al mismo tiempo, como bien dice Bull (2007, p. 19), Ulises accede a esta experiencia estética a costa de los marineros. Él es el único que se ata al mástil y es el único que escucha. Se establece una estructura de poder bien delimitada, donde el mundo de los marineros pierde la dimensión sonora y, en este sentido, enmudecen y reman en silencio, ya que no pueden comunicarse entre sí a causa de los tapones de cera. Sólo Butes, el único que desobedece las reglas, sucumbe al poder del canto y muere. Por lo anterior podemos sugerir que existe una analogía entre esta experiencia estética y la experiencia estética del nómada. La experiencia de Ulises es transitoria, delimitada por el movimiento del barco. Su sentido es inseparable de su fugacidad. Está prohibido *quedarse* disfrutando esta experiencia, so pena de muerte. Esta transitoriedad del placer estético es lo que le otorga su cualidad utópica: sucede como accesorio (como fondo) de otra actividad. Ulises no detiene el barco porque su meta es Ítaca, debe llegar a ella a como dé

lugar y, al mismo tiempo, tiene el suficiente ingenio para poder significar los *accidentes* que ocurren durante su viaje. Ulises es el caminante nómada. En cambio, Butes sucumbe porque decide permanecer: en el momento en que se arroja al mar deja de ser un transeúnte. Lo utópico se manifiesta también en el aislamiento al que se somete Ulises en relación con sus compañeros. Puesto que sólo él accede a la experiencia estética, se está llevando a cabo un proceso de individualización. Ulises se vuelve Ulises en la medida en que fue el único que pudo escuchar el canto, pero al mismo tiempo se crea una comunidad entre los marineros y Ulises, porque ellos están ahí, junto a él, participando activamente en la fugacidad de esa experiencia a través de sus remos. Se crea entonces un equilibrio entre lo uno y lo plural, porque Ulises, seguramente después de que la nave se ha alejado de la isla fatídica, puede *conversar* con sus marineros sobre la experiencia sucedida. Ulises vive de manera única la experiencia estética, pero lo hace gracias a la colaboración de quienes lo acompañan.

Resulta cautivador vincular el episodio homérico de las sirenas y la escucha con los audífonos. Como lo repite Bull a lo largo de su libro (2007, p. 68), la experiencia estética que supone este tipo de escucha se sustenta en callar a los demás, o sea en neutralizarlos. No se trata de desaparecerlos, porque su presencia es imprescindible, en tanto que conforman esa escenografía sin la cual la escucha con audífonos perdería gran parte de su atractivo. Del mismo modo que los marineros de Ulises colaboran activamente a la experiencia estética de su jefe, remando para que esa experiencia sea irrepetible, la gente que rodea al oyente con audífonos contribuye con su presencia silenciosa y siempre cambiante a realzar el aislamiento privilegiado que proporciona ese tipo de escucha, volviéndola también una experiencia única. Representan el paisaje que el sujeto atraviesa con la proa de su música.

Como se ve, sucede lo mismo con la música ambiental, que, al saturar un determinado espacio sonoro, atenúa las conversaciones de quienes nos rodean. La música en la cotidianidad, en muchas de sus variantes, genera una suerte de utopía, en tanto que calla al otro sin suprimirlo, reduciéndolo a una figura plana, elemento escenográfico de una aventura de la que el escucha es el protagonista absoluto. Por eso mismo, en tanto

que protagonista, el sujeto no está separado de la comunidad; por el contrario, su protagonismo se nutre de la presencia de quienes lo rodean quienes, a su vez, como en las películas, se nutren de la presencia destacada del protagonista. La utopía produce la ilusión de que lo único y lo plural pueden coexistir en un mismo espacio y tiempo.

Pero dejemos por un momento la metáfora de Ulises y regresemos a la posmodernidad. Otro argumento a favor de la utopización de la vida cotidiana a través de la música nos lo proporciona Adorno, quien afirma que “el consumo de música mecánicamente reproducida estaba siendo usado cada vez más como un sustituto efectivo de un sentido de conexión que las culturas modernas no tenían” (citado en Bull 2007, p. 160). En este sentido, afirma Bull, la música es utilizada para tener una experiencia comunitaria mediada (o sublimada), en vez de una experiencia comunitaria directa. O sea que, a través de la reproducción de la música, obtenemos una sensación de comunidad que sustituye la experiencia comunitaria directa. Como dice el mismo autor, a través de la música se logra construir un ambiente de familiaridad en contraposición a la frialdad del espacio urbano (Bull, 2007, p. 6). Esta familiaridad se obtiene a través de la evocación de lo que se tuvo alguna vez. Pensemos en el mito de Pan y Syrinx. Pan persigue a la ninfa Syrinx que, para escapar de él, le pide a su padre, que es el río, que la oculte. El río transforma a la ninfa en un matorral de carrizo. Pan corta el carrizo y con él hace una flauta. Cada vez que Pan toca la flauta tiene la ilusión de poseer a la ninfa, ya que la hace cantar y puede conversar con ella. A través de la música, Pan evoca a la ninfa, y puede evocar a la ninfa cada vez que quiera y donde quiera (Bull, 2007, p. 20), así como aquel que trae audífonos en los oídos puede evocar a su antojo todo aquello que le recuerda la música que elige. A través de la nostalgia (el recuerdo de aquello que no está) podemos evocar un pasado y configurar el presente a nuestro antojo. Este es, en última instancia, el sentido utópico de la estetización de la vida cotidiana: ya sea a través de la música ambiental o de la música portátil, configuramos el presente a nuestro gusto, lo personalizamos teniendo la ilusión de tener lo que deseamos. Como dice Bull (2007, p. 49), “La estetización tiene implicaciones utópicas para el usuario. Estetizar es trascender la

experiencia mundana del mundo. La estetización es, entonces, un modo de apropiación de lo urbano, transformando aquello que existe y haciéndolo propio del usuario”.

En muchas de las entrevistas que hizo Bull a los usuarios de música portátil, estos reconocieron que la música los transportaba a otro lugar y a otro tiempo. Eran transportados a un lugar inexistente (utópico), recreados por sus memorias. Como lo vimos también con la música ambiental, ésta construye a través de la evocación de lo comunitario un espacio y un tiempo diferentes. En efecto, el tiempo se detiene y el espacio se llena de significados. Habitamos, a través de la música cotidiana, la utopía de lo uno y lo múltiple.

7.4 El ocio, el tiempo libre y la música de la cotidianidad

No se puede entender la construcción utópica del espacio sin pensar en el tiempo en que se lleva a cabo esta construcción. Así como existen espacios que tienen ciertas funciones, también hay en la cotidianidad momentos para realizar ciertas actividades. Como lo mencionamos en el capítulo de liminaridad, según Turner, en las sociedades que se desarrollan después de la revolución industrial hay una separación radical entre *tiempo libre* y el *trabajo*. Algo similar afirma Bull (2007, p. 120), aunque pone el punto de inflexión un poco más adelante en la línea del tiempo. Para él, es en las sociedades *postfordistas* donde aparece esta división radical. En todo caso, más allá del momento histórico donde haya sucedido esto, es imposible negar que existe actualmente esta división. Para Turner (1974, p. 66), esta separación resulta en una división entre *la vie serieuse* (la vida abocada a lo sagrado) y la vida profana. Si bien en las sociedades preindustriales existe un *continuum* entre el trabajo sagrado y el trabajo profano, de tal manera que el segundo no podría ser entendido sin el primero, en las sociedades post industriales se hace una división tajante entre trabajo y tiempo libre. Llevando un poco más allá el pensamiento de Turner, sugiero que esta división se manifiesta también como una separación entre el

individuo y la comunidad. El trabajo está abocado siempre a la comunidad, su fin es el “ellos” (Elias & Dunning, 2014, p. 144). El trabajo posibilita el desarrollo y establecimiento del “nosotros”. Así, el espacio del trabajo se encuentra siempre bajo el manto de lo que Jean Grondin denominara “culto creyente” (Grondin, 2010, p. 52), o sea el culto que le otorga sentido a la existencia del hombre. El trabajo, con sus particulares reglas en cada cultura, debe ser ejercido por todos. Si en algunas sociedades se relaciona directamente con la benevolencia de los dioses o los espíritus que velan por el bienestar de la comunidad, en la sociedad actual, sugiero, tiene que ver con un culto a la libertad a través del dinero. Este culto creyente funciona de dos maneras. Por un lado, el tener dinero se establece como una *necesidad*, ya que es el único medio que nos permite acceder a los elementos básicos de subsistencia individual, como la comida. Al mismo tiempo, el dinero es el símbolo de *la posibilidad* y, en este sentido, de la libertad que atesoramos como uno de los valores centrales de nuestra cultura. Aquel que tiene dinero es libre de hacer con su vida lo que quiera. En resumen, creemos que trabajamos *para* ser libres. Así, el sentido último del dinero es la libertad. Trabajamos por necesidad y sublimamos esta imposición social creyendo que el producto de nuestro trabajo nos hará libres. Como se ve, esta concepción separa a la sociedad en dos ámbitos: el espacio donde *me gano* la posibilidad de libertad y el espacio donde *ejerzo* esa libertad. El primero es el trabajo, el segundo, el tiempo libre; el primero se establece en lo comunal y el segundo en lo individual, ya que corresponde siempre a *mi elección*. En esta lógica de separación de lo comunal y lo individual, vemos cómo el horizonte utópico (que busca el justo medio entre el individuo y lo comunal) se resquebraja. Los dos espacios están desprovistos de la posibilidad de utopía, en la medida en que se abocan exclusivamente a uno de los dos extremos. Existe el dicho de que aquel que trabaja en lo que le gusta, nunca trabajará un solo día, pero se trata de una trampa retórica. El gusto que encontremos o no en nuestro trabajo nada tiene que ver con la obligación de realizarlo. La imposición del trabajo siempre está ahí y la única elección posible que tenemos es la de trabajar en algo que nos guste. En tanto exista la necesidad de dinero para poder subsistir, estamos obligados a tomar una elección: uno no puede elegir no trabajar (a menos, claro, que tenga el dinero necesario).

Analicemos ahora el espacio del tiempo libre. Como afirma Norbert Elías, este espacio, que normalmente se equipara al del ocio, en realidad contiene al ocio. No todo tiempo libre es tiempo de ocio. Dentro del tiempo libre se realizan al menos cinco tipos de actividades, según Elías (2014, p. 117):

- 1) Trabajo privado y administración familiar. Son todas aquellas actividades domésticas que incluyen, por ejemplo, actividades financieras personales, adquisición de bienes, limpieza, etc.
- 2) Descanso. No sólo se incluye el dormir, sino estar ocupado en fruslerías, fumar, vagar por casa sin hacer nada en particular.
- 3) Satisfacción de necesidades biológicas: comer, beber, ir al baño, hacer el amor y dormir. Estas actividades pueden traslaparse con actividades de *sociabilidad*, como ir a comer en un restaurante.
- 4) Sociabilidad: Ir de fiesta, ir a un bar o club o cotillear con el vecino.
- 5) La clase de actividades miméticas y de juego, como ver la televisión, salir de paseo, ir al teatro, a un concierto, ir a un partido de fútbol, cazar y pescar o jugar al *bridge*.

La clasificación que hace Elías es más detallada, pero la que acabamos de hacer nos sirve para esclarecer que el campo del ocio sólo puede enmarcar las actividades 2, 4 y 5. Existen actividades que estamos obligados a realizar (1 y 3) y que por ello no se encuentran dentro del ideal de *libertad* que hemos mencionado. Este ideal se manifiesta sólo cuando nos apropiamos del tiempo que tenemos a nuestra disposición. En consecuencia, la construcción utópica sólo puede realizarse cuando podemos elegir desempeñar una actividad determinada; de lo contrario, la sociedad nos está imponiendo su voluntad, rompiendo el equilibrio entre lo uno y lo plural.

Una de las actividades ociosas es escuchar música. Norbert Elías (2014, p. 151) la coloca en la categoría de actividades miméticas o de juego, actividades cuya función es permitir al individuo experimentar aquellas emociones que el bienestar del grupo obliga a

reprimir en la vida cotidiana. Gracias a las actividades lúdicas o miméticas la sociedad se asegura que sus miembros encuentren una salida inofensiva a las tensiones propiciadas por la represión constante de sus impulsos.

De este modo, las actividades miméticas se encargan de sublimar el deseo a través de la experiencia estética. Se trata de proveer al individuo de múltiples posibilidades para la sublimación de sus deseos fuertes. Desde el cine hasta escalar una montaña, se multiplican las actividades que le permiten expresar sus sentimientos más íntimos de una manera controlada y segura. Elías sugiere que conforme las sociedades se vuelven más complejas, el autocontrol es cada vez mayor, lo que implica que la tensión acumulada, por llamarla de alguna manera, es también cada vez mayor. En consecuencia, la diversidad de actividades de las cuales dispone el individuo para *dejar salir* esta tensión también aumenta y, dependiendo de qué actividades elija hacer, se definirá ante los otros y ante sí mismo. La lógica de la libertad se cierra. El trabajo me hace libre en la medida en que me permite elegir a través de qué actividades mostrar mi ser más íntimo. El trabajo y la vida rutinaria me reprimen y al mismo tiempo me dan los medios de sublimar y trascender los efectos de esta represión. En estos términos, la música, como actividad estética y, por consiguiente, el gusto musical, son una forma de autoafirmarse y *realizarse*. Pero, ¿qué ocurre cuando la actividad de oír música no se ve acotada a los espacios ociosos del tiempo libre? Gracias a su reproducción mecánica, la música se ha establecido transversalmente a lo largo de diferentes espacios donde antes no era posible escucharla. Las actividades que Elías define como domésticas o privadas, que son impuestas por las instituciones sociales sobre el individuo, se hayan hoy día permeadas con la posibilidad de su estetización. El sujeto es capaz de apropiarse de ellas en la medida en que, gracias a la escucha musical, extrae de ellas un placer estético. Transportarse de un lugar a otro, *caminarlo*, a través de la música portátil, se transforma en un *andar nómada*. Esperar en la fila del banco, lavar los trastes o pasar la aspiradora por la casa se transforman en actividades placenteras, en la medida en que se cierne sobre el individuo la ilusión utópica de la estetización. El individuo deja de sentirse solo en virtud de la ilusión de comunidad que, como dice Adorno, propicia la música. Naturalmente, oír música no es la única

actividad que detona un proceso de estetización, pero es una de las más poderosas y accesibles para lograrlo. El sujeto vive bajo la ilusión de que ciertas actividades necesarias e impuestas caen en realidad en el dominio de su elección. En este sentido, la separación tipológica que hace Elías de las actividades dentro del tiempo libre borran sus límites y se establecen dentro de una suerte de continuo donde el individuo accede cada vez más fácilmente a la sublimación de sus impulsos.

La división radical entre tiempo de trabajo y tiempo libre también se ve difuminada por el proceso de estetización, ya que los centros de trabajo no son inmunes a él. Al respecto, Bull (2000; 2001; 2005 ;2007) menciona que muchos individuos que entrevistó tenían la posibilidad de utilizar en su trabajo los reproductores de música. Recordemos por otra parte que en el espacio de trabajo es donde se utilizó por primera vez la música ambiental como método para aumentar la productividad. Como dice Bull, “el Ipod confunde la distinción tradicional entre el trabajo y el tiempo de ocio, en la medida en que los usuarios construyen una experiencia auditiva continua desde su casa hasta el trabajo” (2007, p. 110). El iPod permite un continuo sonoro, imbuje al usuario en un marco mental constante donde quiera que esté, y homogeneiza y personaliza su experiencia, independientemente de la actividad que esté realizando. Sin embargo, no es necesario que el usuario escoja siempre la música que lo acompañe; la música ambiental es suficiente para experimentar cierta ilusión de bienestar. Hemos dicho anteriormente que la utopía se basa en la noción de conversación, es decir, en escuchar y ser escuchado, que representa acaso la esencia de ese equilibrio entre lo individual y plural sobre el cual se basa una convivencia ideal. Cuando el individuo se encuentra solo, surge el deseo de formar parte de un todo; cuando el individuo forma parte de un todo, surge el deseo de estar solo. Este equilibrio, sin embargo, es inalcanzable, en la medida en que el uno y lo múltiple no pueden coexistir ni espacial ni temporalmente. Siempre se está dentro de un proceso donde se tiende hacia uno de los dos polos. Así, la música ambiental y de la cotidianidad es una música que oscila entre dos caras: la de lo uno y la de lo múltiple. Cuando se utiliza esa música en un espacio de trabajo que, por ser tal, supone la represión de nuestros deseos e impulsos, nos devuelve la sensación de individualidad, al poder

reconfigurar ese espacio a nuestra conveniencia. Viceversa, cuando nos encontramos en medio de un mar de gente anónima, sin ningún tipo de sensación de pertenencia, nos permite establecer la ilusión de rituales de interacción comunitarios. La música en la cotidianidad va rellenoando las carencias en nuestro deseo de equilibrio entre lo uno y lo otro. En términos bucólicos, rellena los huecos en la conversación, los silencios incómodos, y genera un continuo, junto con otras herramientas estetizantes, entre todos los espacios, modificando a nuestro gusto sus cualidades. En última instancia, nos otorga la ilusión de difuminar la barrera entre tiempo libre y tiempo de trabajo, entre espacio privado y espacio público. ¿Cómo? Transformado todo espacio en espacio de transición, en un umbral gigantesco y, por lo mismo, dándonos la ilusión de que habitamos la utopía.

Para concluir, podemos afirmar que, la errancia situacionista, con su voluntad estética, se ve reemplazada por una errancia con prótesis. La mirada estética no proviene del individuo, sino de los productos que la industria cultural pone a su alcance. La errancia no logra su cometido de subversión, ya que ha sido absorbida y asimilada por el sistema que pretendía aniquilar. El individuo no se apropia de su tiempo libre, sólo tiene la ilusión de apropiárselo. Las formas de socialización no se trastocan, sino que, bajo el influjo de la música y de otros agentes estetizantes, generan la ilusión de transformación. En este sentido, el arte deja de ser una fuerza de cambio social. La intención principal del situacionista era transformar al individuo en artista creador de su propia vida. Era otorgarle la máxima libertad para crearse a sí mismo y, a través de ello, transformar al sistema capitalista desde dentro. Pues bien, el sistema capitalista adoptó esta misma noción. Transformó al individuo en artista; volvió imperativa la realización y creación personal, pero dentro del marco del consumo de bienes. Construyó el concepto de libertad como valor esencial, pero dentro de su propio seno, de tal manera que este no pudiera transformar las reglas del juego. En suma, el individuo posmoderno, vive con la ilusión de ser un errante situacionista.

Conclusiones

La música ambiental no es una forma menor dentro de los fenómenos musicales. Es, de hecho, una de las maneras de escuchar música más extendidas en nuestra sociedad. Sólo esto debería ser suficiente para justificar que se ahonde en su análisis. Sin embargo, como quedó demostrado en esta tesis, las implicaciones sociales y musicales de la música ambiental sobrepasan por mucho la concepción que tenemos de ella como mera prótesis para contrarrestar el silencio y lidiar contra el *horror vacui*. La música ambiental es una de las tantas consecuencias de la movilidad, el hiperconsumo y la estetización que imperan en la sociedad actual. No se trata de esgrimir un argumento en favor o en contra de estos procesos o de la música ambiental; tampoco se trata de emitir un juicio moral sobre ellos, sino de intentar entenderlos para diagnosticar los efectos que tienen en nuestra vida diaria. No podemos seguir haciendo musicología o etnomusicología sin tomar en cuenta que nuestra relación con la música ha cambiado radicalmente en los últimos años desde que se ha vuelto una parte esencial de la mayoría de las actividades humanas. Como probablemente diría Kassabian, está incrustada en nuestra cotidianidad.

Si bien en esta tesis se tipificó a la música ambiental como una música funcional e impuesta, cuando se amplía su concepto al de músicas de la cotidianeidad, la característica de impuesta no resulta tan obvia, ya que la escucha por medio de reproductores portátiles está tan extendida como la misma música ambiental. De hecho, fuera de pequeñas diferencias, estos dos fenómenos musicales cumplen las mismas funciones. De hecho, como lo hicimos en la tesis, podríamos hablar de dos caras del mismo fenómeno. Una de las principales características que comparten es la de ser músicas dispensables. Todas las actividades que se realizan con música ambiental o con música de reproductores portátiles pueden realizarse perfectamente sin ellas. Sin embargo, en la práctica, ninguna de estas dos músicas es opcional. No hay

supermercados, ni centros comerciales, ni aeropuertos silenciosos. Tal vez sea el carácter de dispensable lo que haya hecho que su estudio sea relativamente escaso, pero en esta disertación hemos mostrado que esto es algo que se debe poner en entredicho.

El aparato crítico que se desarrolló en el presente estudio, toma en cuenta factores que deberían utilizarse para analizar otras músicas urbanas. Uno de ellos es el concepto de los modos de escucha. No se puede seguir tipificando un concierto de música clásica como si sus asistentes todavía vivieran en el siglo XIX o un concierto de rock como si fueran los años sesenta. Es importante preguntarse cómo y por qué escuchamos lo que escuchamos y bajo qué condiciones lo hacemos. El concepto de modos de escucha nos puede ayudar a articular las aristas necesarias para poder responder a estas preguntas y situar las diferentes músicas en un marco de estudio mucho más detallado y esclarecedor. Si seguimos conviniendo que la música se escucha solamente de una manera o bien jerarquizamos sus modos de escucha, acabaremos pensando que cada género musical se debe sólo a sí mismo, independientemente de donde se presente. En cambio, a través de los modos de escucha podemos situar cada música como particular a una situación dada. Dicho de otro modo, si bien las características estéticas de cada música son importantes, también lo es el momento social donde se aparece. No se trata de abogar por una microsociología de la música, al estilo de Goffman, sino de tomar en cuenta factores sociales que definen al hecho musical y que, por lo general, se han obviado en la tradición académica.

Otro concepto central en esta tesis, que también se ha dejado de lado en mucha de la literatura académica, es el concepto de espacio social. No es que no se tome en cuenta el espacio a la hora de hacer análisis musicales, sino que, no podemos seguir conceptualizando el lugar y el espacio como se ha venido haciendo tradicionalmente. Del mismo modo que la música ambiental es una de las músicas más escuchadas, y ello ha transformado nuestra relación con la música en general, el no-lugar es uno de los lugares más frecuentados por el sujeto contemporáneo. Tal como damos por sentado que la cotidianidad está imbuida de música, también damos por sentado que la mayoría de los lugares que frecuentamos son efímeros y transitorios. Bajo esa lógica, la música y su

relación con el espacio social ha sufrido una fuerte transformación. Si bien el no-lugar es un excelente concepto para analizar la música ambiental, probablemente se necesiten otro tipo de caracterizaciones espaciales para definir otros tipos de músicas. En todo caso, lo importante es que el espacio es un tema central en la caracterización musical.

En cuanto a la música ambiental, se han sugerido tres ejes centrales para su análisis. El primero es el modo de escucha. Este concepto no sólo nos sirve para poder caracterizarla más allá del género musical, sino también para articular los otros conceptos que vienen a la mente cuando se piensa, tradicionalmente, en una música para oírse y no escucharse: la atención y la voluntad de atención. En resumen, el modo de escucha adecuado para la música ambiental es el modo de escucha ubicuo, es decir, un modo de escucha donde la música ambiental es fondo y no figura pero que, como *fondo*, tiene repercusiones importantes en las *figuras*. Asimismo, sólo a través de este modo de escucha se puede superar el problema de los géneros musicales en la música ambiental.

El segundo concepto es el de no-lugar. Queda claro que la música ambiental y las músicas de la cotidianidad son elementos importantes en la construcción social del espacio, en particular de los no-lugares. Se puede decir que la música ambiental está definida por los no-lugares y ella, a su vez, los define como tales. Es decir, es reconocida como tal siempre que se la encuentra en un no-lugar y, al mismo tiempo, caracterizamos como no-lugar un espacio en la medida que reproduce música ambiental. De ello se deduce que un factor central en el desdibujamiento de los límites entre espacio público y espacio privado son las músicas de la cotidianidad y, en particular, la música ambiental. La escucha de música ambiental en un espacio privado, como la reunión con unos amigos, involucra prácticas (el tipo de escucha, en este caso) particulares del espacio público. De la misma manera, la música ambiental, con su consabida familiaridad, construye espacios sociales que proporcionan esa la ilusión de intimidad que es característica de los espacios privados. Se puede hacer la misma analogía con la música de los reproductores portátiles,

en la medida en que, gracias a ellos, también los límites entre los espacios de trabajo y los de tiempo libre se han vuelto difusos.

El tercer concepto es el de ritual, que nos ayuda a entender una de las funciones centrales de la música ambiental y, en general, de las músicas de la cotidianidad. Como vimos, la música ambiental tiene la función de producir la ilusión de rituales de interacción exitosos o, si se prefiere, a través de esta ilusión, la construcción de comunidades ilusorias. Ilusorias porque no son el resultado del trato directo entre sus integrantes y porque construyen la ilusión de utopías sociales. A través de la música ambiental nos representamos a nosotros mismos como parte de una comunidad, sin por ello perder nuestra individualidad. En suma, a través de la ilusión de rituales de interacción exitosos, la uno y lo múltiple logran convivir.

La figura del caminante está estrechamente relacionada con la construcción espacial. Como vimos, el caminar situacionista, como práctica estética, buscaba transformar los valores centrales del capitalismo, en la medida en que, a través de la reapropiación del espacio y el tiempo libre, aspiraba a transformar las formas de apropiación espacial y de hacer comunidad de los habitantes de las urbes. Sin embargo, la voluntad estética que debía tener el caminante para que dicha transformación se llevara a cabo, se vio suplantada por una voluntad estética dictada por el mismo sistema que se intentaba transformar. El errante situacionista se volvió un simulacro de sí mismo y la voluntad artística y creadora que debería haber cambiado las formas sociales de convivencia se transformó en el motor que permite actualmente la continua renovación de productos y experiencias del capitalismo avanzado en el que vivimos. Asimismo, se transformó en el principal motor a través del cual el individuo se constituye a sí mismo como bien de consumo.

Como afirma Marshall McLuhan, “los ambientes no son solamente contenedores sino procesos que cambian completamente el contenido” (citado en: [Vanel, 2013, p. 79]).

La música ambiental y los demás agentes estetizantes de nuestras urbes, que son elementos estructurales de los ambientes actuales, moldean nuestra sociedad actual. El análisis de la música ambiental, bajo el marco conceptual que se construyó en esta tesis, no sólo saca a relucir un fenómeno social generalmente ignorado, sino que puede servir de diagnóstico para entender qué es la música en los albores del siglo XXI.

Bibliografía

- Adorno, T. W. (2009). Introducción a la sociología de la música. In *Obra completa, 14* (Rolf Tiede, pp. 167 – 445). Madrid: Akal.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1998). *La dialectica de la Ilustración*. Valladolid: Trotta.
- Alpert, J. ., & Alpert, M. . (1989). Background music as an influence in consumer mood and advertising responses. *Advances in Consumer Research*, (16), 485–491.
- Altman, I., & Low, S. M. (1992). Place attachment: a conceptual inquiry. In *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Arquette, S. (2004). Sounds like city. *Theory Culture Society*, 21(1), 159–168.
- Attali, J. (1995). *Ruidos: ensayo sobre la economía política de la música*. México D.F.: Siglo XXI editores.
- Augé, M. (2001). *Los no lugares: Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Augé, M. (2012). *La comunidad ilusoria*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Barenboim, D. (2014). How to listen. Retrieved May 5, 2014, from <http://vimeo.com/93313825>
- Bartók, B. (2010). *Escritos sobre música popular*. Distrito Federal: Siglo XXI editores.
- Bateson, G. (1987). *Steps to an ecology of mind*. New Jersey: Jason Aronson Inc.
- Bauman, Z. (1999). *Modernidad líquida*. México D.F.: FCE.
- Bauman, Z. (2013a). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. México D.F.: FCE.
- Bauman, Z. (2013b). *Tiempos líquidos*. México D.F.: Tusquets Editores.
- Bauman, Z. (2013c). *Vida de consumo*. México D.F.: FCE.
- Beer, D. (2007). TUNE OUT: MUSIC, SOUNDSCAPES AND THE URBAN MISE-EN-SCÈNE. *Information, Communication & Society*, 10(6), 846–866.
<http://doi.org/10.1080/13691180701751031>
- Beer, D. (2010). Mobile Music, Coded Objects and Everyday Spaces. *Mobilities*, 5(4), 469–484. <http://doi.org/10.1080/17450101.2010.510331>
- Bell, C. (1997). *Ritual perspectives and dimensions*. New York: Oxford University Press.

- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México D.F.: Editorial Ítaca.
- Benski, T., & Fisher, E. (Eds.). (2014). *Internet and emotions*. New York: Routledge.
- Berger L. Peter & Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Berland, J. (1990). Radio Space and Industrial Time: Music Formats, Local Narratives and Technological Mediation. *Popular Music*, 9(2, Radio Issue), 179–192. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/853500>
- Bijsterveld, K. (2001). The diabolical symphony of the mechanical age: technology and symbolism of sound in European and Northamerican noise abatement campaigns, 1900-40. *Social Studies of Science*, 31(1), 37–70.
- Bijsterveld, K. (2008). *Mechanical sound: technology, culture, and public problemas of noise in the twentieth century*. Cambridge: MIT Press.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. México D.F.: Taurus.
- Bourdieu, P. (2003). *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Bradshaw, A., & Holbrook, M. B. (2008). Must we have Muzak wherever we go? A critical consideration of the consumer culture. *Consumption Markets & Culture*, 11(1), 25–43. <http://doi.org/10.1080/10253860701799959>
- Bull, M. (2000). *Sounding out the city*. Oxford: Berg.
- BULL, M. (2001). The World According to Sound: Investigating the World of Walkman Users. *New Media & Society*, 3(2), 179–197. <http://doi.org/10.1177/14614440122226047>
- Bull, M. (2004). Automobility and the power of sound. *Theory Culture Society*, 21, 243–259.
- Bull, M. (2005). No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening. *Leisure Studies*, 24(4), 343–355. <http://doi.org/10.1080/0261436052000330447>
- Bull, M. (2007). *Sound moves: ipod culture and urban experience*. New York: Routledge.
- Byrne, D. (2011). *Diarios de bicicleta*. Barcelona: Sexto Piso.

- Caldwell, C., & Hibbert, S. A. (2002). The influence of music tempo and musical preference on restaurant patron behaviour. *Psychological Market*, 19.
- Canetti, E. (2010). *Masa y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Careri, F. (2009). *Walkscapes: el andar como práctica estética*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cavafis, C. P. (2005). *Poesía completa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Certeau, M. de. (2000). *La invención de lo cotidiano: I. Artes de hacer*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Chwe Suk Young, M. (2001). *Rational Ritual: Culture, coordination, and common knowledge*. Woodstock: Princeton University Press.
- Cioran, E. M. (2000). *Cuadernos 1957 - 1972*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Clarke, E., Dibben, N., & Pitts, S. (2010). *Music and the mind in everyday life*. New Jersey: Oxford University Press.
- Cohen, S. (1995). Sounding out the City: Music and the Sensuous Production of Place. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 20(4), 434–446. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/622974>
- Collins, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.
- Corbin, A. (1998). *Village Bells. Sound and meaning in the nineteenth century country side*. New York: Columbia University Press.
- Davidson W., J. (1997). The social in musical performance. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The social psychology of music* (pp. 209–228). New York: Oxford University Press.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1987). *A thousand Plateaus: capitalism and schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Delgado, M. (1999). *El animal público*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Delgado, M. (2000). *Memoria y lugar: el espacio público como crisis de significado* (Memorias c). Barcelona: UPV.
- Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Madrid: Los libros de la catarata.

- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge: University Press.
- DeNora, T., & Belcher, S. (2000). When you're trying something on you picture yourself in a place where they are playing this kind of music"- Musically sponsored agency in the British clothing retail sector. *Sociological Review*, 48, 80–101.
- Drum, K. (2005). Mozart for teenagers. *Washington Monthly: Political Animal*. Retrieved from http://www2.washingtonmonthly.com/archives/individual/2005_01/005415.php
- Eco, U. (1968). *La struttura assente*. Milano: Bompiani.
- Elias, N., & Dunning, E. (2014). *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. México D.F.: FCE.
- Eno, B. (1978). Ambient Music. Retrieved January 18, 2016, from http://music.hyperreal.org/artists/brian_eno/MFA-txt.html
- Fabbri, F. (2008). La escucha tabú. In *La música que no se escucha: aproximaciones a la escucha ambiental* (Marta Garc, pp. 19–35). Barcelona: Orquesta del Caos.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage.
- Foster, E. . (2005). *A room with a view*. New York: Barnes & Noble Books.
- Freud, S. (1916). *Wit and its relation to the unconscious*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.
- Frith, S. (2002a). Music and everyday life. *Critical Quarterly*, 44(1), 35–48. <http://doi.org/10.1111/1467-8705.00399>
- Frith, S. (2002b). *Performing Rites: Evaluating popular music*. New York: Oxford University Press.
- Goffman, E. (1963). *Behaviour in public places*: New York: The free press.
- Goffman, E. (1972). *Interaction ritual: essays on face-to-face behaviour*. London: Penguin Books.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. York, Pennsylvania: Northeastern University Press.
- Goffman, E. (1979). *Relaciones en público*. Madrid: Alianza Editorial.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires:

Amorrortu editores.

- Goffman, E. (2006). *Estigma*. Madrid: Amorrortu editores.
- Gombrich, E. H. (2006). *La historia del arte (De bolsill)*. London: Phaidon Español.
- Gómez, L. (2014, February 11). Refuerza el Metro operativos contra vendedores ambulantes. *La Jornada*, p. 29. Retrieved from <http://www.jornada.unam.mx/2014/02/11/capital/029n1cap>
- Grondin, J. (2010). *La filosofía de la religión*. Barcelona: Herder.
- Groom, N. (1996). The condition of Muzak. *Popular Music and Society*, 20(3), 1–17. <http://doi.org/10.1080/03007769608591632>
- Grow, K. (2015). Starbucks Teams With Spotify for New Music “Ecosystem.” Retrieved January 19, 2016, from <http://www.rollingstone.com/music/news/starbucks-teams-with-spotify-for-new-music-ecosystem-20150519>
- Hendy, D. (2013). *Noise: a human history of sound and listening*. New York: Harper Collins Publishers.
- Hosokawa, S. (1984). The walkman effect. *Popular Music*, 4, 165–180.
- Illouz, E. (2012). *Why love hurts: a sociological explanatios*. Cambridge: Polity Press.
- Jones, K. (2005). Music in factories: a twentieth-century technique for control of the productive self. *Social & Cultural Geography*, 6(5), 723–744. <http://doi.org/10.1080/14649360500258229>
- Jones, S. C., & Schumacher, T. G. (1992). Muzak: On functional music and power. *Critical Studies in Mass Communication*, 9(2), 156–169. <http://doi.org/10.1080/15295039209366822>
- Kärrholm, M. (2009). To the rhythm of shopping—on synchronisation in urban landscapes of consumption. *Social & Cultural Geography*, 10(4), 421–440. <http://doi.org/10.1080/14649360902853254>
- Kassabian, A. (2001). Ubiquitous listening and networked subjectivity. *ECHO: A Music-Centered Journal*, 3(2). Retrieved from <http://www.echo.ucla.edu/Volume3-issue2/kassabian/Kassabian3.html>
- Kassabian, A. (2008). ¿Quiere un poco de world music con su cortado? Starbucks,

- Putumayo y el turismo distribuido. In M. G. Quiñones (Ed.), *La música que no se escucha: aproximaciones a la escucha ambiental* (pp. 73–98). Barcelona: Orquesta del Caos.
- Kassabian, A. (2013). *Ubiquitous Listening* (Vol. 1). University of California Press.
- Kellaris, J. J., & Kent, R. J. (1992). The influence of music on consumers. Temporal perceptions: Does time fly away when you're having fun? *Journal of Consumer Psychology, 1*, 365–376.
- Kurimski, K. (2015). Best Music Streaming Service Comparison Table. Retrieved January 19, 2016, from <http://www.werockyourweb.com/best-music-streaming-service/>
- LaBelle, B. (2010). *Accoustic territories: sound culture and everyday life*. London: Continuum.
- Lanza, J. (1995). *Elevator Music. A surreal history of Muzak, Easy-Listening, and other Moodsongs*. London: Quarter Books.
- Larsen, S. (n.d.). Radio as ritual: an approach to everyday use of radio. Retrieved from http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/45_Steeg_Larsen.pdf
- Le Breton, D. (2011). *Elogio del caminar*. Madrid: Siruela.
- Lipovetsky, G. (2013). *La era del vacío*. México D.F.: Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2013). *L'esthétisation du monde*. Paris: Editions Gallimard.
- MacInnis, D. J., & Park, C. (1991). The differential role of characteristics of music on high- and low-involvement consumers. Processing of Ads. *Journal of Consumer Research, (18)*, 161–173.
- Maffesóli, M. (2001). *El instante eterno: el retorno de lo trágico en las sociedades posmodernas*. Lanús, Argentina: Paidós.
- Martí, J. (1997). When Music Becomes Noise: Sound and Music That People in Barcelona Hear but Don't Want to Listen to. *The World of Music, 39*(2, Cultural Concepts of Hearing and Listening), 9–17. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/41699142>
- Martí, J. (2002). Músicas invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión. *Trans, (6)*. Retrieved from [http://digital.csic.es/bitstream/10261/38548/1/JMarti-2002-TRANS - Músicas invisibles_ la música ambiental como objeto de reflexión.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/38548/1/JMarti-2002-TRANS-Músicas_invisibles_la_música_ambiental_como_objeto_de_reflexión.pdf)

- Martí, J. (2008). Algunas consideraciones sobre las músicas ambientales en contextos festivos, 55 – 72. Retrieved from <http://digital.csic.es/handle/10261/40076>
- Martí, J. (2009). Como el aire que re respiramos: músicas ambientales en espacios de la cotidianeidad. *Música Oral Del Sur*, (8), 157 – 169.
- Maugham, S. (1988). *Cosmopolitas*. México D.F.: Editorial Porrúa, S.A.
- Maugham, S. (2000). *The razor's edge*. London: Penguin Books.
- Max, S. A., Trevor, C., Gemma, M., Ben, C., Mohamed, R., & Sharples. (2006). Sustainable soundscapes: noise policy and Urban experience. *Urban Studies*, 43(13), 2385–2398.
- Merriam, P. A. (2008). Usos y funciones. In F. et al. Cruces (Ed.), *Las culturas musicales: lecturas de etnomusicología* (pp. 275–296). San Luis: Editorial Trotta.
- Michaud, Y. (2012). *El arte en estado gaseoso*. México D.F.: FCE.
- Milliam, R. E. (1982). Using background music to affect the behaviour of supermarket shoppers. *Journal of Marketing*, (46), 86–91.
- Milliam, R. E. (1986). The influence of background music on the behaviour of restaurant patrons. *Journal of Consumer Research*, (13), 286–289.
- Morábito, D. (2012). *La música del dios Pan*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Muzak. (n.d.). Muzak. Retrieved February 1, 2016, from <http://www.muzak.com.mx/historia.html>
- Nancy, J.-L. (2013). *La ciudad a lo lejos*. Buenos Aires: Manantial.
- North C., A., & Hargreaves, D. J. (1997). Music and consumer behaviour. In *The social psychology of music* (pp. 268–282). Oxford: Oxford University Press.
- North C., A., & Hargreaves J., D. (1997). Experimental aesthetics and everyday music listening. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The social psychology of music* (pp. 84–106). New York: Oxford University Press.
- Nowyouseeit. (2015). How Film Scores Play with Our Brains. Retrieved January 19, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=bCpYbSz1KqE>
- Ong, J. W. (2011). *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*. México D.F.: FCE.
- Picker, J. (2003). *Victorian soundscapes*. Oxford: Oxford University Press.
- Ponty, M. (1977). El cine y la nueva psicología. In *Sentido y sinsentido* (pp. 89 – 105).

Barcelona: Ediciones Península.

Prior, N. (2013). Bourdieu and the Sociology of Music Consumption: A Critical Assessment of Recent Developments. *Sociology Compass*, 7(3), 181–193.

<http://doi.org/10.1111/soc4.12020>

Quignard, P. (2011). *Butes*. Madrid: Sexto Piso.

Quiñones, M. G. (2003). Escucha ambiental y tradición musical: cuando las emisoras de música clásica programan para el oyente distraído. In *La música que no se escucha: aproximaciones a la escucha ambiental* (pp. 99–112). Barcelona: Orquesta del Caos.

Quiñones, M. G. (2007). Listening in Shuffle Mode. *Lied Und Populäre Kultur / Song and Popular Culture*, 52, 11–22. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/30043759>

Quiñones, M., Kassabian, A., & Boschi, E. (2013). A day in the life of a Ubiquitous Music listener. In *Ubiquitous musics: the everyday sounds that we don't always notice* (pp. 1–14). Surrey: Ashgate.

Radano, R. M. (1989). Interpreting Muzak: Speculations on Musical Experience in Everyday Life. *American Music*, 7(4), 448–460.

Retaillé, D. (2013). From nomadic to mobile space: a theoretical experiment (1976-2012). In J. Miggelbrink, J. O. Jabeck, N. Mazzullo, & P. Koch (Eds.), *Nomadic and indigenous spaces: productions and cognitions* (pp. 55–75). Surry, England: Ashgate.

Riley, R. B. (1992). Attachment to the ordinary landscape. In *Place Attachment*. New York: Plenum Press.

Schafer, M. (1994). *The soundscape: our sonic environment and the tuning of the world*. Rochester, Vermont: Destiny Books.

Simmel, G. (1993). La moda. In *Saggi di cultura filosofica*. Milano: Ugo Guanda editore in Parma.

Simmel, G. (2002a). El extranjero. In *Sobre la individualidad y las formas sociales: escritos escogidos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Ediciones.

Simmel, G. (2002b). La metrópolis y la vida mental. In N. D. Levine (Ed.), *Sobre la individualidad y las formas sociales: escritos escogidos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Ediciones.

- Simmel, G. (2002c). La moda. In *Sobre la individualidad y las formas sociales: escritos escogidos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Ediciones.
- Simun, M. (2009). My music, my world: using the MP3 player to shape experience in London. *New Media & Society*, 11(6), 921–941.
<http://doi.org/10.1177/1461444809336512>
- Sterne, J. (1997). Sounds like the Mall of America: Programmed Music and the Architectonics of Commercial Space. *Ethnomusicology*, 41(1), 22–50. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/852577>
- Stockfelt, O. (2003). La escucha de fondo como composición musical. In *La música que no se escucha: aproximaciones a la escucha ambiental* (pp. 113–123). Barcelona: Orquesta del Caos.
- Stockfelt, O. (2006). Adequate modes of listening. In C. Cox & D. Warner (Eds.), *Audio Culture: readings in modern music* (pp. 88–93). New York: Continuum.
- Strauss-Lévi, C. (2002). *Lo crudo y lo cocido*. México D.F.: FCE.
- Styhre, A. (2013). Sound, silence, music: Organizing audible work settings. *Culture and Organization*, 19(1), 22–41. <http://doi.org/10.1080/14759551.2011.634197>
- Tan, S.-L. (2013). How Film Music Shapes the Storyline. Retrieved January 19, 2016, from <https://www.psychologytoday.com/blog/what-shapes-film/201310/how-film-music-shapes-the-storyline>
- Truax, B. (1984). *Acoustic Communication*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Turner, V. (1967). *The forest of symbols: aspects of Ndembu ritual*. Ithaca: Cornell University Press.
- Turner, V. (1974). Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual: An Essay in Comparative Symbolology. *Rice University Studies*, 60(3), 53–92.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. New York: Sage.
- Urry, J. (2012). *Mobilities*. Malden, MA: Polity Press.
- Van Gennep, A. (1981). *Les rites du passage*. París: Éditions A. et J. Picard.
- Vanel, H. (2013). *Triple entendre: furniture music, muzak, muzak-plus*. Illinois: University of

Illinois Press.

Verstraete, P. (2009). *The frequency of imagination: auditory distress and aurality in contemporary music theater*. Amsterdam: University of Amsterdam. Retrieved from <http://dare.uva.nl/document/134145>

Voegelin, S. (2010). *Listening to noise and silence: towards a philosophy of sound art*. New York: The continuum international publishing group Inc.

Weber, M. (2014). *Economía y sociedad*. México D.F.: FCE.

Weiser, M. (1996). Ubiquitous computing. Retrieved January 18, 2016, from <http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/UbiHome.html>

Wilson, S. (2003). The Effect of Music on Perceived Atmosphere and Purchase Intentions in a Restaurant. *Psychology of Music*, 31(1), 93–112.
<http://doi.org/10.1177/0305735603031001327>

Zara. (2015). Playlist Zara. Retrieved January 19, 2016, from <https://open.spotify.com/user/pilat/playlist/5H9jV8ayiZE4XyCu5Xmg7L>

Zweig, S. (2004a). Ardiente secreto. In *Callidoscopio* (pp. 107–166). Barcelona: Editorial Juventud, S.A.

Zweig, S. (2004b). Novela veraniega. In *Callidoscopio* (pp. 167–176). Barcelona: Editorial Juventud, S.A.