

Gabriel Rotbaum

INVESTIGADOR DE CONSUMOS CULTURALES.
MÚSICO. EX INTEGRANTE DEL OBSERVATORIO
DE INDUSTRIAS CREATIVAS GCBA

INTRODUCCIÓN

En tiempos en que las novedades tecnológicas relacionadas al consumo de los bienes culturales se suceden de manera constante, es necesario no perder de vista que esos aparatos tienen un uso determinado, generando acciones a veces no contempladas por sus fabricantes. La relación entre la tecnología y las personas no es de carácter unidireccional. Cada nueva aparición en el mercado de estos dispositivos genera una variedad de respuestas, condicionando la forma en que se realiza esa interacción entre persona, continente y contenido. Hasta ahora hemos visto el énfasis, podríamos llamarlo publicitario, de las novedades tecnológicas. Vamos a intentar indagar en este artículo las “novedades” en el comportamiento humano a partir de la aparición de dichos dispositivos, en particular de uno dedicado a la escucha de la música.

Creemos que es necesario reconstruir una historia no sólo de la tecnología, sino de nuestra vida en la tecnología, en este caso, de aquella relacionada a la música.

En la actualidad es relativamente fácil acceder a encuestas y trabajos recientes que se ocupan principalmente de la manera en que se obtiene la música (descargas legales/ilegales, compra, préstamo) pero no tantas respecto a la forma en que se escucha la música. Existe una muy fuerte preocupación por parte de los principales actores económicos involucrados –las empresas discográficas– que se ven sacudidas por el cambio dramático de escenario.

Sin embargo, un análisis cualitativo que contemple ya no tanto la manera en que se obtiene la música sino la manera en que se escucha, el uso y no la transacción comercial respectiva, puede ofrecer algunas repuestas complementarias, que los números de descargas y frecuencias de compra no necesariamente explican.

Vamos a elegir un eje particular considerando que la aparición del *walkman*, con sus respectivos auriculares indispensables correspondientes, ofrece un modelo tecnológico particular (un aparato reproductor de música transmitiendo de manera exclusiva a su poseedor a través de auriculares) y que este modelo influyó de manera muy profunda en la evolución posterior en la industria musical.

LOS OÍDOS SIEMPRE ESTÁN ABIERTOS

“Penetrado por él pese a su voluntad, el hombre se encuentra en posición de recibir o de rechazar el sonido, nunca de jugador.”

Como comentan distintos actores del sector discográfico², vivimos una época en donde la música se volvió omnipresente. Ese factor que menciona Le Breton en la cita anterior, su imposibilidad de ser rechazada, junto con la movilidad que habilita su escucha, permitiendo la posibilidad de realizar acciones

¹ Le Breton, David. *El Sabor Del Mundo. Una Antropología De Los Sentidos*. Buenos Aires. Editorial Nueva Visión. 2007.

² Reportajes a Javier Tenenbaum (Los Años Luz), Carlos Reynoso, Diego Zapico (Aqua Records), entre otros. Fueron realizados por el autor junto a Gabriel Mateu, Fernando Arias, Karina Luchetti y Paloma Oliver en el marco de una investigación del Observatorio de Industrias Creativas (OIC) sobre el impacto del entorno digital en la industria de la música local que se publicara en el transcurso del año 2011.

simultáneas a su disfrute, convierte a la música en un instrumento de abordaje constante, fácilmente acoplable a otras actividades (trabajar, caminar, hacer ejercicio, ir de compras, etc.). Las radios y los televisores están casi siempre prendidos en todas partes, el "hilo musical" ambienta las oficinas y negocios, se agrega música a las páginas webs, casi todos los lugares de espera poseen su música de fondo.

"La imposición del sonido en nuestras sociedades, además de la omnipresencia de los teléfonos celulares, matiza singularmente la idea de la sola hegemonía de la vista, a pesar de que ésta ejerza un rol mayor en la estructuración social."³

Los sonidos son efímeros, transcurren sin dejar rastros, más allá de nuestra memoria. La música a través de sus repeticiones genera una previsibilidad, creando la ilusión de repetibilidad del tiempo.

Es usual la aparición de sonidos extra-musicales en la música, incorporándolos como parte de la composición. Primero fue en las grabaciones y obras más experimentales (John Cage, a través del uso de los sonidos aleatorios contemplados dentro de la composición), pasando por las voces de niños y sonidos de pájaros en los discos de Stevie Wonder (años '70) hasta el sonido de una ambulancia o sirena de policía en discos de cumbia villera. Intuimos en esa apertura un intento de incorporar (¿domesticar?) el ruido del mundo. Cualquier sonido está disponible en los auriculares. Incluso los que normalmente se encuentran afuera.

AURICULARES Y PARLANTES

"La idea tomó forma cuando, un día, Ibuka entró a mi oficina con uno de nuestros grabadores estereofónicos portátiles de cinta y un par de nuestros auriculares de tamaño normal. Tenía aspecto desdichado y se quejaba por el peso de los aparatos. Le pregunté qué tenía en mente y entonces me explicó: "Me gusta escuchar música, pero no quiero molestar a los demás. No puedo estar sentado aquí todo el día al lado de mi equipo estereofónico. Mi solución es llevar la música conmigo, pero el equipo es demasiado pesado (...).

La queja de Ibuka me puso en movimiento: le pedí a nuestros ingenieros que tomaran uno de nuestros confiables grabadores de cinta en casete, le quitarán el circuito de grabación y el altoparlante, y lo reemplazaran por un amplificador estereofónico. Diseñé los demás detalles que quería, entre los que figuraban *auriculares* muy livianos. Estos resultaron ser una de las piezas más importantes del proyecto Walkman⁴."

Los auriculares se complementaban con los casetes estéreos de pequeño tamaño (en comparación a las cintas disponibles en ese momento).

Veamos cual es la definición de auriculares: "Los auriculares (también conocido como *audífonos*) son transductores que reciben una señal eléctrica de un tocador de medios de comunicación o el receptor y usan altavoces colocados en la proximidad cercana a los oídos (de ahí proviene el nombre de auricular) para convertir la señal en ondas sonoras audibles."⁵

"Los auriculares se utilizan para evitar que otras personas puedan o tengan que escuchar el sonido, como en sitios públicos, bibliotecas, etcétera o para el aislamiento. Además, los auriculares pueden proporcionar una calidad de sonido superior a la mayoría de los altavoces incluso de alta gama. Esto es especialmente notable en frecuencias bajas, donde en sistemas de altavoces domésticos es necesario el uso de un *subwoofer*, e incluso subwoofers de alta calidad pueden tener distorsiones en frecuencias muy bajas, cosa que en el caso de los auriculares es mucho menos común a frecuencias muy bajas como 20hz".⁶



³ Le Breton, David. op. cit.

⁴ es.wikipedia.org/wiki/Walkman (subrayado nuestro).

⁵ es.wikipedia.org/wiki/Auriculares

⁶ *Ibidem*.

Para entender mejor las consecuencias de los auriculares en la percepción auditiva, tenemos que considerar la modificación que esto implica en nuestra escucha. La acústica es el fenómeno por el cual el reflejo del sonido en un espacio determinado, genera rebotes y resonancias de acuerdo al espacio en que suceda, a los materiales que poseen las paredes lindantes y a condiciones climáticas específicas (temperatura, humedad, vientos, etc.). Al apoyar (o insertar) los auriculares dentro de la oreja, evitamos que se generen esas distorsiones, permitiendo que el sonido llegue a nuestros oídos de manera directa desde la fuente (el auricular) con la menor interferencia posible del ambiente. Esto no implica que lo que oímos a través de los auriculares suene “chato” o no posea referencias acústicas. Las mismas son procesadas al momento de la grabación y producción de los fonogramas, generando al momento de la audición una recreación ambiental que se corresponde a un diseño sonoro específico, seleccionado por quienes realizaron dicha grabación. Este proceso permite que el oyente vivencie que se encuentra en un espacio distinto al suyo real al oír estas grabaciones.

Al aislar el sonido que nos llega de nuestro entorno, eliminamos la posibilidad de reconocer el ambiente en el que estamos, ecos y rebotes que nos brindan información sobre nuestra ubicación, espacios, superficies. Los auriculares nos aíslan no sólo de los sonidos que existen fuera de ellos sino también de las coordenadas espaciales que nos referencian (amplitudes, cercanías, materiales de pisos y paredes, otros emisores de sonidos), creando un espacio auditivo propio (elegido) sin interferencias del mundo exterior. Esa aislación sonora, nos permite disfrutar de la música elegida, sin esos ruidos, que siempre son la manifestación de otros, otras voluntades, fuera de nuestro alcance.

“Siempre son los otros quienes hacen ruidos”.⁷

Auriculares y parlantes son dos formas específicas y distintas de relacionarse con el sonido. Los primeros permiten elegir qué sonidos específicos son los que nos atraviesan, a la vez que refuerzan una intimidad con lo que se escucha, la no compartición social del sonido.

El *walkman* era privado. Le daba a la gente una nueva manera de escuchar música, acción que cambió la manera de relacionarse con la música. Esta situación generó muchas críticas en su momento, comentarios que denotaban lo llamativo que era entonces que alguien deje de escuchar su entorno:

“Autismo es una palabra que arribó dentro el grupo de críticas hacia el *walkman*, la habilidad que le era dada a un individuo de separarse a sí mismo de su entorno atrajo muchísimas críticas”.⁸

Esto lo vemos de manera más clara cuando consideramos que en los modelos iniciales, estos reproductores de audio contaban con un botón que encendía un micrófono ambiental, permitiendo escuchar los sonidos del entorno. Ante la falta de entusiasmo por esa funcionalidad, a los pocos años dejó de estar presente en los *walkman*.

Claramente, quien se calza los auriculares no estaba interesado en esa opción⁹.

Dicha configuración se diferencia de la tecnología de los parlantes, forma tradicional de escuchar la música grabada, que habilita una movilidad distinta en simultáneo con la escucha libre, sin cables que nos rodeen, acercándose o alejándose de la emisión del sonido, dejando abierta la posibilidad de la filtración de otros sonidos, ecos del lugar en el que estamos, y de los otros, otros llamados de (llamando por) atención.

Así como antes se leía en voz alta, para luego pasar a desarrollarse la lectura “para adentro”¹⁰, podemos pensar que antes se escuchaba música en público,

⁷ Le Breton, David, op. cit.

⁸ <http://blog.rhapsody.com/2010/04/the-quiet-revolution.html>

⁹ <http://pocketcalculatorshow.com/walkman/history.html> Otras opciones que también se dejaron de presentar son: El volumen independiente por canal, la opción de doble ficha de auriculares para compartir con otra persona la música.

¹⁰ “Frecuentemente el libro era leído en voz alta para un auditorio atento, que leía mentalmente por sí mismo. San Agustín recuerda su encuentro con Ambrosio, el obispo de Milán; al entrar al recinto lo asombra verlo inmenso en una lectura silenciosa: Sus ojos, cuando leían, seguían las páginas y su corazón escudriñaba el pensamiento, pero su voz y su lengua descansaban.” En Le Breton, David, op. cit.

cuando hoy existe una fuerte tendencia a oír "para adentro", para uno mismo. Esto daría cuenta de una tendencia en la escucha que es bastante moderna (inicios de los '80), en donde el principal estilo de disfrute se convierte en individual y móvil.

HISTORIAS OÍDAS

Los primeros walkman que llegaron a Argentina de manera masiva de los que tenemos noticias a mediados de los años '80 eran de marca UNISEF; con un cuerpo de plástico de color sólido, tapa translúcida, no muy caros para lo que hoy puede ser un dispositivo nuevo. Fueron toda una revolución, por primera vez la música era portátil, accesible y personal.

Hasta ese momento los auriculares eran dominio de gente con problemas de audición, o de personas especializadas en alta fidelidad, a nivel casi profesional. La masificación de estos aparatos marcó una brecha, en la cual los celulares que reproducen audio continúan transitando. No es casual que la línea de los primeros reproductores de MP3 de la empresa Sony retomó la denominación "Walkman", como así también el reproductor involucrado en la tecnología previa, los Minidiscs. El hábito de escuchar música de manera solitaria, a través de auriculares, tiene varias consecuencias. Una de ellas es, como comentamos, que los auriculares garantizan una calidad de sonido superior a la media de entonces. Si bien desde fines de los 1957 ya se contaba con sonido estéreo¹¹, pero los equipos económicos y populares eran integrados (Boombbox, o radio-pasacasete) monofónicos, de un solo parlante, o en caso de ser estéreos, con 2 parlantes muy próximos, con los cuales la sensación de espacialidad producto de fuentes emisoras separadas no era tan notoria.

Claro que también se conseguían otros mucho más bonitos, y pequeños, apenas un poco más grandes que los cassetes mismos, con más componentes metálicos en su exterior, la mayoría de ellos traídos de otros países.

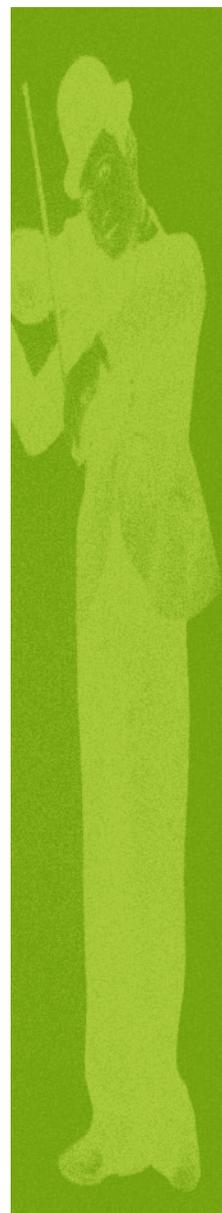
Al igual que sucede en la actualidad con los reproductores de MP3, estos aparatos capaces de modificar en gran medida el hábito de los oyentes no cuentan entre sus capacidades la opción de grabar música, sólo de reproducir (al igual que los iPods o similares). En ambos casos, son complementarios de tecnologías de extracción de música de la plataforma original, ya sea a través de equipos que cuentan con grabadores, doblecasseteras o en la actualidad a través de programas de extracción y compresión de archivos de audio.

"Con el invento del formato MP3, el mundo del audio portátil se revoluciona por tercera vez. Su origen más remoto se encuentra a finales de las décadas de 1970 y 1980, pero su aparición se concreta entre los años 1994 y 1995. Luego del demoledor éxito en millones de computadoras personales, aparecieron los dos primeros reproductores de MP3 en el mundo: el MP3man, de la empresa coreana Saehan, y el Rio 100, de Diamond Multimedia en Estados Unidos".¹²

Volviendo a los walkmans iniciales, podemos recordar que la tapa de plástico de apertura para el cassette se les salía muy fácilmente, por lo que muchos de ellos andaban semiabiertos, o con cintas, o bandas elásticas.

Se hacían durar estos implementos tecnológicos mucho más de lo que sus materiales lo permiten, a través de adaptaciones y arreglos caseros. La diferencia de tiempo de reposición de los países en donde esos dispositivos fueron pensados para su pronto descarte¹³ genera diversas respuestas en los países del tercer mundo.

A la distancia, consideramos que los auriculares fueron el elemento fundamental de los walkman. No sólo la portabilidad del *hardware* (ya que se podría



¹¹ es.wikipediaorg/wiki/Sonido_estereof%C3%B3nico

¹² "Historia de la música portátil" <http://hifi.suite101.net/article.cfm/historia-de-la-musica-porttil>

¹³ Comentario del antropólogo / musicólogo Carlos Reynoso, en conversación con el autor.

haber creado equipos de audio portátiles con parlantes pequeños y potentes, que de hecho los hubo), sino la posibilidad de poder aislarse acústicamente y oír sólo lo que uno quiere (esa conexión con uno mismo, desconexión con el ambiente) es lo que potencio la masificación de este evento revolucionario.

Los auriculares iniciaron su desarrollo a fines del 1800 por T. A. Edison, como parte del incipiente teléfono, y explotados de manera comercial en 1930 por primera vez, por la empresa Beyerdynamic.¹⁴ Curiosamente, en esta conexión entre auriculares y teléfonos es que vemos el futuro de la música de manera más consistente, de acuerdo a los recientes avances del mercado de la música.

“Pocos inventos fueron tan importantes como el reproductor portátil de música de Sony. Si bien existían otros, inclusive para discos de vinilo, nada se compara al éxito del Walkman. Salió al mercado en julio de 1979 y reproducía cassetes. El pequeño adminículo permitió que millones de personas llevaran su música a todas partes. Se trataba del modelo TPS-L2 y sólo necesitaba un par de pilas AA para cumplir con su cometido”¹⁵. El éxito de ventas que obtuvo da una muestra de su importancia:

“Sony vendió 50 millones de walkmans los primeros 10 años, mientras que Toshiba , Panasonic, Aiwa y varios otros lo hicieron bastante bien con sus imitaciones”.¹⁶

Este éxito no se limitó a la tecnología del pasacassette portátil. Sino que este concepto (música portátil a través de auriculares) trascendió hasta nuestros días, a través del reproductor de CD portátil, el minidisc portátil, el reproductor de MP3 portátil, luego integrado a los celulares, generando en la actualidad los aparatos más vendidos (iPod / iPhone) de una la empresa más valuadas del mundo (Apple)¹⁷, con sus correspondientes imitaciones, desplegándose a través de todo el mercado mundial.

ACTUALIDAD DE LA MÚSICA, A TRAVÉS DE AURICULARES

En la medida en que el sentido de la vista fue adquiriendo cada vez mayor importancia (en nuestras sociedades occidentales) en detrimento de los otros sentidos, no es de extrañar que el consumo musical se vaya convirtiendo cada vez más en consumo audiovisual. Esto lo podemos ver en la medida en que los reproductores musicales portátiles nuevos poseen de manera casi obligatorio pantallas de reproducción de videos.

Se contempla cada vez menos la posibilidad de una escucha de música sin imagen.

Los equipos de reproducción exclusiva de música que se ofrecen masivamente en las tiendas musicales son aquellos que se escuchan a través de auriculares y son portátiles. ¿Qué implicancias tiene eso?

Creemos que de esta manera se establece de manera normal el consumo individual de la música privada en los espacios públicos. Indirectamente, esta oferta tecnológica asume una circulación específica de la música, principalmente obtenida a través de Internet (en formato MP3), descargadas en las PC, y luego derivadas a estos reproductores portátiles, otorgándole un estatus de normalidad a la piratería, asumida de facto por la industria.

A su vez, con la omnipresencia de la música sonando en todos los espacios no creemos que implique una mayor relevancia de lo auditivo, sino que afianza su carácter de insumo adicional de la experiencia visual: música como complemento, como música de fondo constante, en donde todo espacio posee potencialmente una música de fondo adecuada.

¹⁴ es.wikipedia.org/wiki/Auriculares

¹⁵ “Historia de la música portátil” <http://hifi.suite101.net/article.cfm/historia-de-la-musica-porttil>

¹⁶ “The quiet revolution”. Tim Quirk <http://blog.rhapsody.com/2010/04/the-quiet-revolution.html>

¹⁷ “Apple ahora es 3ra empresa más valuada del mundo, detrás de PetroChina y Exxon Mobil” http://www.eliax.com/index.cfm?post_id=8144

En la medida en que el sentido de la vista fue adquiriendo en nuestras sociedades una importancia mayor en detrimento de los otros sentidos, no es de extrañar que el consumo musical se vaya convirtiendo cada vez más en consumo audiovisual.

La mirada lleva el ámbito privado al espacio público, ya sea a través de cámaras de vigilancia en lugares públicos, *realities* televisivos o portales del tipo Facebook. En cambio, la música oída a través de auriculares convierte el momento público en privado, desplazando la proximidad física con otras conexiones y ambientaciones alejadas de ese momento y espacio.

DIGITAL: AISLADO Y CONECTADO

Una persona transita escuchando música a través de auriculares. Se encuentra aislado del entorno, de su espacio circundante, de los sonidos que sorprenden. Está conectado con su voluntad, con su deseo, en una realidad virtual, controlada. La falta de materialidad nos desorienta.

"Disco es cultura", aprendimos a pensar. No la música, sino el disco, su gráfica, su peso (incluso la levedad del casete a la distancia adquiere peso), la dificultad de encontrar un título en particular. Hay una situación de desorientación muy fuerte, no sólo en las empresas, también en los consumidores. ¿Soy ingenuo si pago 40 pesos un disco? ¿O debería pagar mejor \$120 por un vinilo, objeto que dejé de comprar hace 15 años, porque estaba seguro que ya era algo obsoleto? ¿O no tengo que pagar nada? ¿Y los discos que salen en 5.1? en 7.1? ¿Directamente mejor los compro en DVD? Pero a estos les sucede lo mismo ¿Compro el dvd o los veo en "you tube"? ¿Que significa que un reproductor de música puede albergar 64 gigas? ¿Cuántas horas-discos-días-meses de música sin repetir? ¿Me gusta escuchar siempre cosas nuevas o me gusta repetir? ¿Qué necesito para satisfacerme en lo que respecta a la música? ¿Depende el aparato o del contenido? ¿Qué hacen los demás?

"El consumo de la música" es la manera e que se refieren habitualmente los estudios a la recolección de información sobre comportamientos de los oyentes, en tanto compradores. Tradicionalmente se asociaba consumo a adquisición o compra (tiempo y dinero, ambos escasos y concentrados). Esta época separa esas variables en relación a la música, quedando por un lado el dinero, su valor, en la compra justificada, deseada, gasto destinado principalmente a los dispositivos musicales por un lado, y por el otro un tiempo constante de música, gratuita como el aire, por lo tanto sin carga de intensidad, ni densidad, fácilmente reemplazable.

En la actualidad la música está dispuesta de manera simple y accesible, al alcance de cualquier persona que tenga una conexión a Internet. La oferta desborda, la industria no puede contener el derrame de música digital, sólo retiene lo más pesado, lo más grande, las cajas de lujos, la gráfica sorprendente, el regreso del vinilo, la búsqueda del nicho.

"Por aproximadamente un siglo, la vida de un oyente hogareño era simple: tenías tus discos, sean estos cilindros, 78's, LP's o CD's, y no importa cuantos apilados había, había una clara demarcación entre la música que tenías y la que no. Internet removió esa distinción. El cuasi infinito espera en el otro lado de ese rectángulo mágico. Corrientes de video y audio entran desde todo el mundo".¹⁸

FIN DE UNA ÉPOCA. SUPERVIVENCIA DE LOS AURICULARES. PRIMERAS APERTURAS

Estos días, en que se deja de fabricar el walkman¹⁹, vemos que su herencia y consecuencias en el hábito de la escucha de música afectaron de manera sorprendente esta industria, influyendo en el desarrollo de sus dispositivos

La omnipresencia de la música sonando en todos los espacios no implica una mayor relevancia de lo auditivo, sino que afianza su carácter de insumo adicional de la experiencia visual.

¹⁸ Alex Ross: http://www.newyorker.com/arts/critics/musical/2009/08/10/090810crmu_music_ross#ixzz11WSifcbh (traducción propia).

¹⁹ "Sony deja de fabricar el mítico Walkman de casete 30 años después" <http://www.rtve.es/noticias/20101025/sony-deja-fabricar-mitico-walkman-casete-30-anos-despues/364696.shtml>

continuadores a través del diseño de variantes digitales del mismo, integrando su concepto a los celulares y reproductores de MP3.

Existe un desfase de espacios, dinero y tecnologías a la vez que una sincronización de la información. Leemos las novedades del primer mundo, escuchamos sus mismos discos, pero no podemos compartir esa tecnología con la misma simultaneidad. A veces pareciera que los medios de información, al presentarnos este alborozamiento de constantes novedades, se refieren a una realidad distante. Tomemos por ejemplo la cobertura que tiene el nuevo y llamativo dispositivo de Apple, el iPad. ¿Qué tipo de influencia en el público argentino puede tener un aparato que sale 1000 dólares de base?

Consideremos lo sucedido con el ejemplo inmediato anterior, la trascendencia que tuvo el lanzamiento del iPod, el muy diseñado reproductor de audio y video de Apple en nuestro país. Este dispositivo tuvo repercusiones enormes en el Primer Mundo, a través de ventas monumentales, permitiendo que su plataforma exclusiva de descarga (iTunes) genere altos ingresos a la industria discográfica, compensando la declinación de las ventas físicas.

En cambio, en Argentina esta perspectiva se topó con dos grandes:

En primer lugar, ese dispositivo es muy caro para la mayoría de la población, la que compró cantidades enormes de reproductores MP3, pero principalmente genéricos. Esto lo podemos estimar atendiendo al nivel de oferta y comentarios que se presentan en las páginas principales de venta por Internet, como así en las variedades de estos aparatos disponibles en las casas de electrónica y música.

Pero lo que es más importante, la plataforma de descarga legal, denominada i-tunes, nunca estuvo disponible en Argentina. Para que funcione el sistema económico de este modelo de negocio se necesita por un lado, un dispositivo de reproducción, y por el otro una plataforma on line de ventas legales en Internet que garantice los ingresos a la industria que produce los contenidos. Esta segunda parte no logró hasta el momento generar de manera sostenida una inserción exitosa en nuestro país, y las experiencias que se realizaron muestran muy pocos resultados efectivos.

La información es simultánea, las cosas no. Las cosas pesan, se pagan, no se regalan (salvo excepciones), tienen tiempo, fronteras, se parecen a los cuerpos. Tienen marcas, se arruinan, se desgastan, nuevas valen mucho, usadas cada vez menos, salvo excepciones. Hay que moverlas, envolverlas, cuidarlas, cubrirlas.

La información es luz, puede estar en todas partes a la vez, se regala, no pesa (salvo a través de metáforas de memoria), se deja atrapar, se “comparte”, se replica en segundos, no posee limitaciones espaciales, se “difunde”, se “filtra”. La música dejó de ser una cosa para ser un haz de luz, de corrientes eléctricas de números, información digital. El cambio no es sólo de formato, ni de metáforas, sino de sentido.

Desde el inicio de la masificación del uso del walkman, a fines de los años 70, la música empezó a ser llevada “puesta”, iniciando un desplazamiento de su valor como objeto de atención principal –en donde uno se acomodaba para escucharla, en un espacio dedicado y especial, brindándole atención de manera exclusiva– hacia un uso portátil, accesorio, una opción de cerramiento leve pero visible para los demás, de escucha casual, en donde la conciencia se reparte con el paisaje en movimiento, convirtiendo la escena habitual en un videoclip del yo en movimiento. Música de acompañamiento por lo tanto, alejada del centro del debate cultural, el cual intuimos pasó a otros espacios: ámbitos participativos en Internet – relevancia de los dispositivos tecnológicos en si mismos y ya no en los contenidos. ●

