

La industria musical y el empoderamiento de los imaginarios sociales en Chile desde fines del siglo XIX a comienzos del siglo XXI

María Teresa Devia Lubet*

Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile.

mtdevia@gmail.com

Recibido: 30 de mayo de 2012

Aceptado: 24 de septiembre de 2012

Resumen • El consumo de la música en Chile desde la Colonia, pasando por la instalación de la República y viviendo la postmodernidad, ha sido un elemento que, por un lado, ha segmentado las apropiaciones de estilos, géneros e intérpretes y por otra, ha configurado un espacio de poder desde el Estado así como del Mercado. Íntimamente ligado a los espacios de diversión y de encuentro social, se puede comprender como bien cultural en la medida en que se comprenda la relación que los sujetos conforman con ella, como vehículo de poder y sumisión (como es el caso de la música colonial) como constructora de sentido, (identidad y pertenencia) o como procesos de mercantilización de imaginarios musicales europeos y estadounidenses apropiados por la sociedad en diversos niveles etéreos, a través de la difusión masiva que de ella hace la industria musical.

Esta reflexión la centraré en el explosivo desarrollo de la industria musical en la sociedad chilena a partir de la realidad de fines del siglo XIX y la situaciones de poder que ha generado, su fortalecimiento a partir de la primera mitad del siglo XX y la relación Estado - Mercado mirado desde la industria musical a comienzos del siglo XXI.

Palabras Claves • Industria musical / Música y sociedad / Música popular chilena.

Abstract • The use of music in Chile since colonial times, through installation of the Republic and living postmodernism has been an element on the one hand, has segmented the appropriation of styles, genres and performers and secondly, set a

* Académica del Departamento de Artes Musicales de la Facultad de Arte, Directora del Fondo de las Artes y Coordinadora del Magíster en Arte, Mención Patrimonio de la Universidad de Playa Ancha, (Valparaíso, Chile). E-mail: mtdevia@gmail.com

space of power from the State and Market. Closely linked to the spaces of entertainment and social gatherings, can be understood as a cultural asset to the extent that the relationship is understood that the subject up with her, as a vehicle of power and submission (as in the case of colonial music) as construction of meaning (identity and belonging) or imaginary processes of commercialization of European and American music appropriate for the age ranges society at various levels, through the mass dissemination or fit makes the music industry.

This reflection will focus on the explosive development of the music industry in Chilean society from the reality of late nineteenth century and the situations of power generated, strengthening from the first half of the twentieth century and the relationship between State-Market seen from the music industry in the early twenty-first century.

Key Words • Music industry / Music and popular music / Chilean society.

Introducción

Para adentrarme en la reflexión sobre la producción, circulación y consumo de los bienes musicales, me centraré en el análisis de tres espacios simbólicos de representación en los cuáles se vinculan compositores, intérpretes y auditores, considerando el uso y significación del espacio público, el espacio radial como espacio privado y sus formas de apropiación por la sociedad chilena a partir de comienzos del siglo XX y el espacio de la televisión e internet como los nuevos espacios virtuales, como una forma de comprender e interpretar las prácticas sociales y usos culturales que se vinculan estrechamente al paisaje cultural de todos los grupos humanos. La unidad de análisis para el desarrollo de la reflexión se vincula más estrechamente a las prácticas y usos populares, tocando tangencialmente la circulación de repertorio un poco más "clásico" y no considerando los espacios de representación musical eclesiástico, importantes como constitución de industria musical desde mediados del siglo XIX y adentrado el siglo XX y de gran importancia para la construcción del imaginario musical hegemónico, materia para otra instancia reflexiva.

Cada uno de los espacios asumidos para esta discusión ha impactado fuertemente en la construcción estética del paisaje sonoro chileno así como en sus prácticas sociales y usos musicales que identifican y generan sentido de pertenencia tanto al lugar como a la clase social de origen.

I.- El primer espacio

Pareciera que existe una directa relación con el espacio en donde se ejecuta la música y los géneros y estilos que se integran a ese mismo espacio. Durante el siglo XIX, existían en Chile una serie de lugares en donde circulaba permanentemente la música: unos públicos y otros privados. La música denominada "clásica", prefería los palacios salones



decimonónicos, los templos católicos o la incipiente cultura de la Sala de Concierto, por otra parte, la música denominada “popular” prefiere el teatro, el cabaret, el salón de té o la boíte, que le dieron un marco de legitimidad y prestigio al couplé, al tango, al bolero o al vals. La música tradicional (aquella proveniente de los sectores rurales y urbanos periféricos) se tomaba las Casas de Canto, las chinganas, las quintas de recreo y los burdeles. Al parecer, la serie de elementos arquitectónicos y escenográficos, ayudaban a completar el sentido del discurso musical pero, por sobre toda consideración, era el comportamiento, las formas de intimidad y las experiencias de los sujetos que allí acudían, las que contribuyen a otorgarle sentido a lo que se escuchaba o se bailaba. Las plazas, los circos y los famosos quioscos instalados generalmente en las plazas principales, a fines del siglo XIX, ya eran espacios consolidados para la circulación de la música popular, ofreciendo un paisaje sonoro que cruzaba transversalmente a toda la población.

El desarrollo alcanzado por la música popular conjuntamente a la emergencia de la clase obrera y una clase media más ilustrada, demanda la necesidad de abrir nuevos espacios que permitieran una práctica musical mucho más específica y destinada al entretenimiento masivo: el cabaret, el Dancing y la boíte. El antiguo salón burgués se proyectaba en las Casas de Canto y Quintas de Recreo, así como al snob Salón de Té. El cine sonoro albergaba a las estrellas de la canción mexicana y española y la radio se va a imponer como el espacio privilegiado para hacer circular la música hacia un espacio privado de consumo.

Durante la primera mitad del siglo XX, existió un pasaje expedito entre los espacios públicos y privados de diversión en los cuales la música popular jugó un rol determinante, con un claro intercambio de prestigios y legitimidades. Los burgueses contrataban orquestas, pianistas, consort, etc., pertenecientes a las radios o a las boíte de moda, por ejemplo, transformado este acto en un signo de estatus. El burgués ofrecía, en su fiesta privada la posibilidad de disfrutar el espacio musical público, cosmopolita y profesional de las orquestas de baile. Por otra parte, se arriendan quintas de recreo y salones de baile para celebrar cumpleaños, fiestas de fin de curso, proclamaciones políticas, bodas, en fin, llevando la intimidad de la celebración familiar, amical, de correligionarios o colegas al espacio público. La tendencia cosmopolita y moderna del mundo del espectáculo va creando necesidades de consumo musical en un público cada vez más numeroso y diverso los cuales, a su vez, deben someterse a las regulaciones impuestas por un Estado riguroso del orden público, la moral y las costumbres. Los espacios públicos para el espectáculo musical comenzarán entonces, a ser regulados por estos tres ámbitos: la industria cultural incipiente, un público activamente demandante y el control estatal



que va a producir aperturas y cierres, auge y decadencia de los espacios para producir la experiencia musical.

La música “de la calle” sigue siendo un real espacio democrático para su consumo. La sociedad chilena se olvidaba de sus órdenes sociales internos (clases) en presencia de las grandes fiestas al aire libre, en donde el eco de las cuecas, chimmis, foxtrox, marchas, himnos y comparsas, transformaba las calles engalanadas en un escenario y en donde el público se confundía en una algarabía desbordada. Se suman a estas celebraciones de fiestas patrias y año nuevo, las famosas fiestas de la primavera y los carnavales, las retretas de bandas cívicas y militares. La autoridad no siempre vio con buenos ojos la espontaneidad festiva de la comunidad en calles y plazas. El fantasma de más de trescientos años de guerra, revoluciones y movilizaciones populares hacían temer un desborde de los subalternos. El exceso de control hará sucumbir estas tradiciones de extraordinaria raigambre comunitaria que será sustituido por el espacio del espectáculo artístico profesional, de acceso más limitado y sobre patrones estéticos impuestos.

Los quioscos de las plazas, fueron espacios escogidos para promover la socialización y la cultura musical en tiempos de paz, esto, porque en ellos se instalaban las bandas y ofrecían la retreta como una forma de animar el paseo, la conversación y otros encuentros más íntimos. Hermosa imagen sobre esto, nos entrega en su narración Orrego Luco *“La muchedumbre sigue anhelante, sudorosa, apretados unos contra otros, avanzando lentamente, cambiando saludos, llamándose a voces los unos a los otros, en la confusión democrática de esa noche excepcional. Por encima de todo vibran los cobres de la fanfarria militar {...} ahora suenan tocando a revienta bombo el can –cán de la “Gran Duquesa”* (Orrego, Luco L, 1984: 17).

El consumo de música no sólo es demandado en el espacio popular, también la música docta tiene a comienzos del siglo XX, un espacio de privilegio para las clases altas, el Teatro Municipal, señorial, de un impecable estilo neoclásico, dispuesto a recibir a la elite ilustrada para escuchar a compañías de óperas extranjeras, orquestas sinfónicas y de cámara del más alto nivel. Así como en las plazas y calles eran las clases más bajas las que se empoderaban de sus espacios, el Teatro Municipal fue apropiado por una elite burguesa, ilustrada-letrada, que presumía de ser “aristocrática” y educada. El repertorio que se les ofrecía pertenecía a compositores europeo del siglo XVII al XIX. Los compositores chilenos tenían muy poca aceptación y casi no figuran en las programaciones de conciertos sino muy adentrado el siglo XX¹.



Para cubrir las necesidades musicales tanto de la burguesía como las del pueblo, se crean un sinnúmero de agrupaciones tanto de orden privado como público. Los regimientos se preocupan de profesionalizar sus bandas militares dejando la conformación de la clásica Banda de Guerra para transformarla en Banda de Espectáculo, (Bandas de armonía) quienes interpretaban, a lo menos tres veces por semana, retretas con música popular proveniente desde los centros más industrializados. La música popular proveniente desde Estados Unidos y Europa circulaba a través de la importación de la partitura, gran negocio para la Casa Amarilla, Margarita Friedeman, entre otros. Por lo tanto, las personas que accedían como músicos a estas agrupaciones debían necesariamente tener una formación musical de base. La Escuela de Maestros, por ejemplo, creada por José Faustino Sarmientos, tenía incorporada en su curricula la enseñanza de la música y la ejecución de un instrumento musical, a lo menos. Entre las Bandas Militares más reconocidas y con mayores referencias en los periódicos de la época se encuentran por ejemplo: Banda del Regimiento Talaveras en Santiago, la del Regimiento Chacabuco en Concepción, y el Orfeón de la Policía de Santiago² y, en Valparaíso, la del Regimiento Coraceros y la de la Escuela Naval. (González, J.P y Rolle, C, 2005: 247)

Otras agrupaciones importantes para la circulación de la música a comienzos del siglo XX, fueron aquellas conformadas desde la sociedad civil. Importantes aporte realizan las Bandas de las Oficinas Salitreras, cuyos integrante además ejecutaban las Zarzuelas en los teatros de las oficinas de Hammerston, Santa Laura, Chacabuco, María Elena, Aníbal Pinto, entre otros, todas ellas de una intensa actividad musical, y los Orfeones que emergen en todo Chile gracias al decidido apoyo del “movimiento orfeonista nacional”, quienes apoyan la creación de estas agrupaciones en las principales ciudades de nuestro país. Así, se hacen referencias notables al Orfeón Municipal, al Orfeón Español y el Orfeón Francés, coexistiendo en los espacios culturales de Santiago, junto al Orfeón del Politeama y la Banda Giuseppe Verdi de la Sociedad Italiana L’Umanitaria. En Concepción nace el Orfeón Ferroviario, fundado en 18 de septiembre de 1911 al alero del movimiento obrero del carbón, pilar fundamental del movimiento obrero chileno, y que formó parte del Orfeón Obrero Nacional. Estos orfeones civiles, de dependencia privada, no sólo cumplían con una misión cultural como era acercar el fenómeno musical a las personas que no tenían otros accesos, sino también, una función social en el marco de acompañar y dignificar ceremonias públicas, tales como: funerales, torneos deportivos, actividades cívicas de diverso orden, desfiles de obreros, festividades religiosas y los bailes en los recién inaugurados Cuerpos de Bomberos o Salones Filarmónicos. No es menor el hecho de considerar que estas Bandas Cívicas o Militares fueron las primeras en incursionar en la incipiente industria del disco en Chile. En 1931 el sello Victor creó la Banda *Victor Chilena*, integrada por músicos de carabineros y de las fuerzas armadas, y grabó con



ellos un repertorio abundante de mazurcas, vales, tangos y cuecas, de gran circulación entre las clases sociales burguesas que ya poseían las románticas victrolas. Compositores chilenos de la talla de Armando Carreras, Próspero Bisquert (primer director de la Orquesta Sinfónica de Chile), Pedro Humberto Allende entre otros, comienzan a escribir repertorio para estas agrupaciones. Aprovechan en la fusión de los lenguajes populares extranjeros y su propia visión sobre el "ser" de la música chilena, crear un tipo de música que conserva los géneros pero que enriquece estéticamente los estilos. Ejemplo de esta mixtura que enriquece notablemente la música popular, es la crítica que apareció en un periódico de la época, en la cual se releva la composición de Armando Carrera: *"El tango 'El Plebiscito' de Armando Carrera fue ejecutado en la tarde de ayer en la retreta que tocaron en la Plaza Colón las bandas de los regimientos 'Velásquez' y 'Lanceros', bajo la dirección del maestro José Ignacio Salvatierra, alcanzando una acogida muy favorable del numeroso público que había en el paseo. En esta retreta, como ya lo habíamos dicho, sólo se tocó música de Carrera en un programa brillante, animado y del mejor gusto"* (*El Pacífico*, 1925:17).

Sin duda, el cultivo de la música en los espacios públicos en manos de agrupaciones provenientes del Estado así como del espacio privado, desempeñaron un rol fundamental en la generación de espacios de socialización, con una gran carga simbólica, que tuvo una importancia mayor en la mediación entre músicos y audiencias, que promueve una apropiación estética, por parte del pueblo, más refinada y permanente a través del contacto emocional con el repertorio "clásico" y de géneros populares americanos y europeos. Por otra parte, el Estado es capaz de generar profundos sentimientos de pertenencia con el fin de exaltar los sentimientos patrióticos asociados al concepto de Nación, propugnado por la institucionalidad del Estado Moderno, al poner a disposición del público masivo la experiencia con las marchas y los himnos que hacían efervescer los ánimos nacionalistas.

II.- La Emergencia de la Radio y Segundo Espacio.

La primera transmisión de la Radio en Chile fue el 19 de agosto de 1922. Construida por Enrique Sazié, quien instala un receptor - a partir de la bocina de un fonógrafo Pathé, tubos Telefunquen facilitados por el Batallón de Telecomunicaciones del Ejército y con micrófonos sacados de los teléfonos - en el salón de entrada del Edificio de El Mercurio de Santiago. La emisión se realizaba desde el Laboratorio de Electrónica de la Universidad de Chile, situado a unas pocas cuadras de allí. Después de varios ensayos, emerge con nitidez del receptor la melodía de It's a long way Tiperay, marcha triunfal de los soldados aliados de la Primera Guerra Mundial, grabada en disco de acetato, terminando la pequeña transmisión con el



"Himno de Yungay", del compositor chileno José Zapiola.(González, J.P y Rolle, C, 2005: 201-202)

Sazié no alcanzó a imaginar ni dimensionar el impacto que tendría esta invención tecnológica para la sociedad chilena y, en especial, para la producción y el consumo de la música. Bien se podría pensar en un antes y un después del fenómeno musical al nacimiento de la Radio, la cual tuvo un rol preponderante en la estructura de su programación. Era de suyo transmitir música primeramente, acompañada con espacios noticiosos y algunas trazas de humor. La puesta al aire en "vivo" de solistas en violín, piano, cuartetos así como romanzas de zarzuelas, conocidísimas por una gran parte de la población, daba que hablar al interior de todas las clases sociales. La programación de este nuevo espacio de comunicación se inclina claramente hacia la "muchedumbre" dispuesta a satisfacer sus necesidades de entretención e inclusión al espacio cívico, cada vez más demandadas por un conglomerado de gentes que se dispersan erráticamente en las zonas urbanas más importantes de Chile. Un variado número de elementos se integran plenamente a este espacio y es así como la información noticiosa, la política y las artes comienzan a coexistir en un todo localizado y armonioso.

La música se erige como la práctica más importante para la incipiente radiodifusión chilena. La Radio Chilena, primera estación de radio en Chile, comienza sus transmisiones en el año 1922, y su inauguración estuvo realizada por la participación de la Orquesta de Violinistas Ubaldo Grazioli y con un discurso del gran compositor chileno Osmán Pérez Freire, quien destaca las posibilidades que la música, como bien simbólico de la sociedad, pueda llegar "a todos" por apartados que estén de Santiago. Esta acción le va a dar un fuerte sello musical a la nueva plataforma comunicacional. Los músicos y los actores, aficionados o profesionales, aparecen como voluntarios para producir la programación, a bajísimo costo, lo importante era la visibilización de estos personajes en las esferas de transmisión. Intérpretes y cantantes clásicos y populares, actuaban con entusiasmo sin pedir retribución, llegando a transmitirse zarzuelas completas (género muy apreciado por la sociedad chilena de comienzos del siglo XX). El ámbito de circulación para los músicos y actores, principalmente, se abre a infinitas posibilidades. Si bien es cierto, la reproducción musical ya está presente a través de los discos de acetato, los músicos chilenos integrados a la incipiente industria discográfica son escasos y, por otra parte, el consumo de los mismos es mínimo. La posibilidad de visibilizarse en la Radio era de suma importancia, ya sea, como un escenario para generar carrera profesional o simplemente para ponerse a la "escucha" del Otro.

El primer músico estable de la radioemisora chilena fue el pianista, intérprete muy considerado en un instrumento de largo prestigio en Chile



decimonónico. Reconocido como el Rey del Salón Burgués, venía en franca decadencia del esplendor que había logrado en el ámbito doméstico. La ejecución pianística en el salón ya no es el centro de la Tertulia, su escenario es desplazado al Salón de Té y, en otros casos, a la Casa de Canto en donde era utilizado de manera "chabacana"³ y "marginal"⁴. En los hogares burgueses además, el uso del piano es reemplazado por los aparatos gramofónicos que comienzan a cambiar el hábito de consumo musical de la elite.

El sello musical que asumen las radios en Chile, y las presentaciones en vivo de grandes intérpretes y compositores, impulsa una industria inimaginable hasta esos momentos. La música en vivo era preferida a la música grabada por la calidad sonora de la transmisión, por lo tanto, surge la imperiosa necesidad de crear insumos para las radios que, a 1924, habían alcanzado más de 500 estaciones a lo largo del país. Aparejada a la industria musical, la cual analizaré en perspectiva más adelante, viene aparejada la industria del diseño y la publicidad cuyo desarrollo rebasa el límite de lo imaginable. Para ello, usan las plataformas periodísticas o en los mismos programas radiofónicos, tal como lo anuncia el diario Sucesos en 1925: *"Deseando descubrir el velo de misterio y exageración que cubre hoy la venta de receptores radiotelefónicos y respondiendo a la demanda popular por aparatos completos y montados de calidad superior, La Radio Corporation of America tiene el honor de ofrecer al público sus Radiolas, sencillas, resistentes y listas para instalarse, a precio que cualquiera puede sufragar"* (Sucesos, 1925, inserción comercial).

La masificación de la radio por la demanda del uso civil, revela un potencial económico y también cultural. Las mismas radioemisoras venden los aparatos, como así mismo, comienza a ser motivo de importaciones de Casas Comerciales que la ofrecían dentro de su línea de electrodomésticos. A partir de la década del '30, la radiotelefonía se volverá parte de la vida cotidiana de los sectores burgueses y de la clase media instalada en las zonas urbanas. Muy pronto, el mercado ofrecerá "un receptor para cada gusto", construyendo las preferencias y creando toda una actividad alrededor de su uso; periódicos, revistas magazinescas, revistas especialmente dedicadas a la industria musical y una forma distinta de tratar con los espacios publicitarios.

El cruce de legitimaciones que se produce entre el espacio público y el privado, a través de la radio, resultó altamente beneficiosa para la industria musical. El desarrollo del nuevo soporte desde el concepto de emisión pública y recepción privada, fue creando un nuevo tipo de público capaz de participar del mismo evento sin necesariamente estar reunidos en el mismo lugar. Este sólo hecho, elevó a dimensiones insospechadas la masificación y popularización del espectro musical chileno, que funcionaba



como base de la programación en todas las emisoras de la época. La música podía ser escuchada en la intimidad del hogar y, a su vez, el auditor podía entrar a participar del espacio público cuando las radios transmitían en directo desde las Boîtes, desde un Dancing o de una Quinta de Recreo. Este hecho tuvo una importancia vital en la manera en que se escucha la música y el efecto que produce en las masas. Se facilitaba el acceso, se encontraba en todo lugar, por consiguiente, disminuye el esfuerzo y atención por obtenerla, transformándola en la *"banda sonora de la vida cotidiana"*. (González, J.P y Rolle, C, 2005)

El desarrollo masivo de audiencias radiales, produjo una merma de público hacia los espacios determinados en el siglo anterior para estos fines. Disminuye la audiencia en el espacio y aumenta en el tiempo. Como señalan Rothenbhuler y Mccourt, *"las transmisiones radiales provocarán la atención del público en unas pocas canciones durante un corto periodo de tiempo, lo que las hará populares y las transformará en modelos para futuros éxitos. Debido a su sobre-exposición, el repertorio y los géneros populares radiodifundidos, alcanzarán y excederán rápidamente sus posibilidades expresivas, lo que provocará que la música popular deba cambiar con rapidez bajo la influencia de la radio, intensificando finalmente su diversidad en el tiempo"*. (Shepherd, J; HornD; LaingD; Oliver P; y Wicke,P,eds, 2003).

La diseminación de receptores por el mundo, favoreció la circulación de repertorios locales alcanzando a las audiencias nacionales e internacionales (en la medida en que la música se escuchaba en "onda corta") diversificando así la cultura musical. Los préstamos y apropiaciones de estilos y géneros serán el pan de cada día. Eso hace que la industria sea tremendamente dinámica y siempre esté ofreciendo nuevos productos musicales a las audiencias ávidas y demandantes de nuevas sensaciones y emociones. La industria del disco, por ejemplo, como reproducción "enlatada" de música de todo tipo, se desarrolla de una manera vertiginosa y se transforma en un mercado altamente atractivo para aquellos que ven en la comercialización de ésta un negocio rentable y permanente.

Alerta al potencial que significaba la radio en la conciencia de las personas, en 1925 el Gobierno de Alessandri Palma estableció un control político del ejecutivo sobre el acceso al medio y un control estatal sobre los contenidos y aspectos tecnológicos. Se crea entonces, la Dirección de Servicios Eléctricos dictándose el primer reglamento de estaciones de radiocomunicación. El papel regulador del estado sobre el nuevo medio de comunicación, se entiende en el contexto de un país que se encuentra viviendo profundas transformaciones sociales, con una clase media emergente, incorporación de nuevos sectores al acontecer político nacional (movimiento obrero) y la consolidación de la cultura de masas. El Estado chileno comprendió y utilizó el poder de penetración que tenía la



radio, cuya circulación cruzaba libremente fronteras nacionales y sociales que podían influir política y culturalmente en todas las personas. Entrega entonces, concesiones de transmisión a particulares con el fin de desarrollar un campo comunicacional y cultural que rebasaría con creces la idea primigenia del estado. El rasgo de mayor connotación de la radio es la posibilidad de empoderarse de los imaginarios. La voz del cantante, la voz animada del locutor, la algarabía de los programas difundidos desde los espacios de diversión nocturna, las presentaciones de orquestas en sus salones auditorios, la presentación de los radioteatros, producían en los auditores falsos espacios de participación social y cívica, quienes vivían y construían día a día fantasías, anhelos y modelos que proyectaban en las “estrellas” de la música, y en las personalidades de los locutores, quienes los acompañaban en la intimidad de su hogar.

III. El espacio virtual, como tercer espacio.

La industria musical generó un mercado internacional que trajo ganancias insospechadas a grandes cadenas de distribución. Primeramente, a través de la producción de discos, casetes y CD y su reproducción en los medios radiales. Sin embargo, el gran impacto social de la música en las nuevas audiencias aparece con la irrupción de la TV. La música comienza a circular acompañada de la imagen del artista en los denominados VideoClips, verdaderas producciones cinematográficas cuyo objetivo fundamental era crear la necesidad de consumo de éste u otro. Sustentadas en una fuerte publicidad, la música es capaz de motivar la adquisición de la “estética del producto” que ofrecen como exitoso/a. Junto con adquirir los discos, los jóvenes, en quienes se focalizan las industrias musicales, adquieren la ropa, imitan los peinados y los accesorios y, en muchos de los casos, adquieren los modos de habla. La televisión y sus producciones musicales circulando a través de sus videos clips, serán el reino del consumo musical centrado en adolescentes y adultos jóvenes.

Con la llegada de Internet, las industrias musicales van a entrar en una crisis severa gestada con anterioridad por las prácticas “piratería”, la cual se acrecienta y se desborda a pesar de las normativas de propiedad intelectual, por la cual los países multan, sancionan y encarcelan. Por otra parte, en los músicos profesionales o aficionados crece la necesidad de expresarse musicalmente pero, distantes de las Industrias Musicales, a quienes consideran como entidades que explotan el talento y se enriquecen por ello, dejando un margen exiguo para los artistas que entran en sus procesos de producción y circulación. La posibilidad de guardar la grabación y reproducirla posteriormente añade una nueva dimensión económica, pero no crea arte como tal. La Industria musical sólo se preocupa de producir un objeto vendible pero, su norte no es la calidad ni la esfera estética propia de una manifestación artística, sino más bien, cubrir



las necesidades hedonistas de una sociedad centrada en el consumo, vertiginosamente cambiante, como forma de inclusión social, a través de la fabricación de soportes tangibles de almacenamiento que permitan su reproducción con sólo apretar un botón.

Así va a transcurrir el devenir de la Industria Musical desde comienzos del siglo XX, es decir, cuando logran encerrar al "*genio en la botella*"⁵ y mantenerlo preso sin opciones de libertad. Sin embargo, lo más notable de este negocio fue cuando algunas de éstas transnacionales se dan cuenta que su proceso de producción no tenía porqué empezar construyendo las "botellas para encerrar el genio", sino que podían crear el genio en sí, producirlo con las características especiales para la difusión y consumo masivo. La ecuación para lograr el éxito era relativamente fácil: identificar algunos talentos, conocer el mercado del gustomusical y vincularlo a la distribución de sus contenidos. Un modelo de negocios exitoso basado en la explotación de un marketing publicitario y las formas en que crean el gusto y que luego imponen a través de la pantalla de TV.

En los comienzos del siglo XXI, el tránsito de un espacio letrado a un espacio virtual de vinculación y comunicación social, va a cambiar absolutamente los hábitos de producción, circulación y consumo de la música.

Los jóvenes que quieren incursionar en la composición y dar a conocer su producción no necesitan de la plataforma de la industria musical. Basta que accedan a una plataforma Protools, de muy fácil manejo técnico, graben y procesen sus composiciones. Luego suban su grabación a sitios virtuales y gratuitos de distribución como Youtube, por ejemplo, y esperen la crítica calificada según número de visitas. Muchas de las Bandas Underground comienzan de esta manera. Una vez que ya están en el imaginario del Otro, programan conciertos en "vivo" en donde se vinculan con sus auditores y comercializan sus propios CD. En esta nueva forma de producción y consumo se excluyen las grandes audiencias de los espacios públicos anteriores, más bien, aparece un concepto de micro audiencia que consume cierto tipo de música y en determinada forma. La producción musical ya no está destinada al desarrollo de un mercado masivo. Se vuelve una práctica privada, individual y casi solitaria.

La música popular contemporánea circula en una diversidad de soportes que han ido dejando atrás el CD como soporte de reproducción. Los *ringston* de los celulares, los I Pod, el almacenamiento en Mp3 y Mp4, el intercambio por bluetooth, y el acceso a internet, son los sitios privilegiados desde donde los jóvenes obtienen su música, la disfrutany la comparten.

Frente a esta realidad no es menor preguntarse qué pasa con la creación artística en una sociedad que abandona ciertas prácticas consideradas



relevantes para la supervivencia de la música. ¿Son las prácticas de producción, circulación y consumo instituidas a partir de fines del siglo XIX, el modo óptimo de aproximarnos al fenómeno de la creación artística? En el momento actual, es evidente que no. Privilegiar a aquellos artistas capaces de entregar un producto estándar o al gusto de una mayoría pudo tener sentido en un momento de economía de la escasez, en el que para hacer llegar dicho producto a los oídos de los clientes era preciso originar diversos espacios económicos que pudieran reproducir, difundir y obtener ganancias por cada unidad de soporte vendido o exhibido (como en el caso del concierto, por ejemplo). Sin embargo, en la actualidad, ese axioma ha dejado de existir. Los CD ya no son necesarios. Los clientes tienen en sus manos el mejor canal de distribución jamás diseñado por la mano del hombre, uno capaz de poner a disposición del público una cantidad de música muy superior a lo que la promisoriosa industria del espectáculo podía ofrecer. La industria musical dejó de mediar en la construcción de los gustos de las personas y es destronada definitivamente por el acceso a Internet y a otros soportes de circulación y consumo. Pero, ¿sigue operando la industria musical? Indudablemente que sí. Siguen investigando exhaustivamente el consumo de las personas, aunque este sea privado, y de vez en cuando, levantan a artistas a través de la TV y arremeten en la producción de conciertos masivos de costes muy onerosos para los usuarios. Ahí, vuelven a manejar las emocionalidades de pre adolescentes y adolescentes, presa fácil para que todo el aparataje escenográfico se empodere de estos lábiles imaginarios y reclutarlos mansamente a sus filas.

Frente a este panorama, las industrias musicales están buscando la forma de restablecer su hegemonía a través de la red. El proyecto es aliarse con aquellos sitios virtuales más visitados, como MySpace por ejemplo, y generar contenidos musicales capaces de satisfacer las demandas del nuevo mercado virtual. Este proyecto dará un paso más en la relación de los músicos y sus seguidores, ya que abrirá la posibilidad de que los artistas sumen contenidos para su descarga, además de poner en venta productos con su marca y entradas para sus conciertos.

El Estado dejó de tener injerencia en el control de los contenidos y las fronteras al acceso es ilimitado. La incorporación del Arte musical, a la reflexión sobre la cultura, como aquella expresión que nace de lo más profundo del alma humana, significa y representa, se ve cada vez más alejada para una población etárea que vive en los vaivenes del consumo, de los anhelos, de las fantasías de éxito fácil que les entregan y las frustraciones constantes con la realidad.

La formación de la sensibilidad en las sociedades contemporáneas es cosa del Mercado y no asunto del Estado.



Referencias Bibliográficas

- D'Halmar, Augusto (1975). *Recuerdos Olvidados*. Santiago de Chile. Editorial Nascimento.
- El Pacífico, Tacna, 27 de Julio de 1925, pág. 17, en González Juan Pablo, Rolle Claudio: *Historia Social de la Música Popular en Chile, 1890-1950*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- González Juan Pablo, Rolle Claudio (2005). *Historia Social de la Música Popular en Chile, 1890-1950*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Loyola, Margot: *Casas de Canto en Santiago*. RCA Victor CML- 2455,LP. y *Salones y Chinganas en Santiago del 900*. Santiago: RCA Victor CML -2278.LP.
- Shepherd, John, David Horn, Dave Laing, Paul Oliver y Peter Wicke (eds) (2003). *Continuum. Encyclopedia of Popular Music of the World*. London: Continuum.
- Sucesos, 17 de septiembre de 1925, inserción comercial, en González Juan Pablo, Rolle Claudio: *Historia Social de la Música Popular en Chile, 1890-1950*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Plath, Oreste (1997). *El Santiago que se fue*. Santiago de Chile. Editorial Grijalbo.
- Santa Cruz, Domingo (1947). "Música chilena en la radio", en *Revista Musical Chilena*, 3/19 pp. 3-10.
- Orrego, Luco Luis (1984). *Memorias del Tiempo Viejo*. Santiago de Chile, Ediciones de la Universidad de Chile.

¹ El Orfeón de la Policía de Santiago fue creado por el Presidente Arturo Alessandri Palma en 1925 y tuvo una participación activa e importante durante su Gobierno.

² Todos ellos pertenecientes a la elite ilustrada de la sociedad chilena de comienzos del siglo XX, la mayoría con estudios en Francia que imponen una estética impresionista, en cuanto formas y técnicas de composición, pero con un marcado acento nacionalista que busca en las raíces de la música tradicional su fuente de inspiración.

³ Véase Loyola, Margot: *Casas de Canto en Santiago*. RCA Victor CML- 2455,LP. y *Salones y Chinganas en Santiago del 900*. Santiago: RCA Victor CML -2278.LP.

⁴ Término musical para referirse a una ejecución alejada de los rigores técnicos y como acompañamiento a la música tradicional y a la música popular de la Casa de Canto.

⁵ Uso esta metáfora para referirme al almacenamiento del sonido musical expresado a través de la impronta de la interpretación la cual queda congelada en el mismo momento en que es grabada.

