

Jaime Hormigos Ruiz

Música y sociedad: análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad

Madrid, Ediciones y Publicaciones Autor, 2008

La palabra música está fechada alrededor del año 1250 y proviene del griego *musiké*. De esta misma raíz deriva músico, del griego *musikós* que en los orígenes significaba poético. Lo poético es lo característico del hacer del poeta y poeta, tomado del griego *poietes* y de aquí *poieo* «yo hago», exactamente sería el que crea. Curiosamente de músico se deriva la palabra musa que se refiere, en la mitología griega, a las deidades de los montes Parnaso y Helicón que velaban por las ciencias y las artes y de donde procede la inspiración para los creadores y, una de las nueve musas, Euterpe, era la guardiana de la música. El creador de esta obra que reseñamos habla de que «la necesidad de crear y escuchar música es el rasgo más misterioso y admirable de la humanidad» y no le falta razón; la música se crea desde lo más profundo del ser, desde las entrañas del sentimiento, desde una sensibilidad especial que se tiene y que sólo puede aflorar si esas musas antes mencionadas fecundan el alma del creador. Cuando no es posible generar esa música lo que queda es disfrutarla interiorizándola para que active un sin fin de emociones de diversa índole.

Jaime Hormigos Ruiz, profesor de la Universidad Rey Juan Carlos, saca a la luz una obra en donde discurren, a lo largo de seis capítulos, tanto los planteamientos de base en donde se asientan los cimientos conceptuales para dar una perspectiva sociológica de la música así como las diferentes vertientes a las que se presta este arte, a saber, la propia vertiente artística, la cultural y la comunicacional para finalizar con un análisis sobre el estado de la cuestión en la actual sociedad de consumo.

En lo que respecta al inicio de este estudio, el autor hace una síntesis sobre el discurrir histórico de la música en su relación con la sociedad. Al ser la música un elemento cultural, ésta se ha ido transformando y modelando al cincel de los tiempos. De esta manera se podría decir que la música de cada época es el fiel reflejo de la sociedad que la creó, pues en última instancia esos sonidos expresan valores, sentimientos, costumbres y, en definitiva, una visión particular y temporal de la vida. Para reforzar esta idea encontramos en el libro algunas pruebas de las tendencias musicales en distintos momentos históricos y las causas que

provocaron su aparición: así, por ejemplo, hablar del canto gregoriano supone de inicio que asociemos este estilo musical con las iglesias, con el clero, con un halo de liturgia que impedía en la Edad Media y que revelaba las intenciones e intereses de este grupo social tan dominante en aquella época que, lejos de hacer un «canto» a los placeres terrenales de la vida, proclamaban un ascetismo a ultranza que se veía reflejado incluso en el estilo musical del momento, esto es, la composición de unos ritmos carentes de instrumentos, pues podían dar pie al placer carnal por la semejanza de éstos con figuras corporales; o la utilización del latín como lengua manejada por estos cantores espirituales para alabar la Divinidad, etc., eso sin desdeñar la música popular de trovadores y juglares que nace en la misma época como contrapunto de lo sagrado.

Una vez expresadas esas referencias históricas que nos acercan al hecho socio-musical y nos otorga una mejor comprensión del mismo se aborda el segundo capítulo que versa sobre el marco teórico por el cual se organiza una sociología de la música. Para ello se establece como axioma el que la música es una necesidad del ser humano por cuanto que es un importante instrumento de comunicación, la cual supera los límites del convencional lenguaje hablado o escrito porque trasciende a lo más profundo del ser, quizá incluso a lo irracional y abstracto. Es por ello que como factor de comunicación social y, por tanto, hecho social debe tener cabida para el análisis sociológico, y así es. En el libro se nos indican los precedentes habidos para la conformación de una sociología de la música. Se nos acercan consideraciones a las que someten los científicos sociales a la música en relación a su dimensión social; desde el célebre Max Weber hasta el reciente Edgar Morín pasando por las aportaciones del análisis marxista, o las de Adorno, Silbermann o Eco, entre otros muchos.

A continuación se presentan los capítulos destinados a discernir las diferentes ramificaciones de la música, siempre desde la atalaya de lo sociológico. Así, el capítulo tres se centra en la dimensión artística de la música. En ella se corrobora la supeditación de cualquier expresión artística en general y la musical en particular a las circunstancias temporales y sociales del momento, con todo lo que ello conlleva, es decir, como nos explica el autor, «las artes [...] son, en definitiva, la resultante de interconexiones culturales y sociales». Se nos habla de la dificultad que siempre ha existido sobre el significado del arte y más en el presente en donde resulta un panorama de auténtica metamorfosis del concepto. Centrando la atención en la música se aprecia un mayor grado de diversidad provocado, entre otras cuestiones, por la fusión de factores relacionados con la multiculturalidad: lo que se engendra de ello es, en resumidas cuentas, una división entre los que apoyan la cultura popular como un avance en los estilos musicales que permiten extender la música a un mayor número de personas y los que se convierten en fervientes defensores de la música culta que quieren mantener su status de antaño y que consideran a los nuevos ritmos los responsables de una supuesta decadencia y marginación de este arte. A pesar de las voluntades habidas que insisten en proclamar la diferenciación entre música popular y culta, la realidad, nos dice el autor, es que hoy día no se pueden dar los argumentos que se exponían hace un par de siglos porque en la sociedad posmoderna las transformaciones acaecidas con las nuevas tecnologías, envueltas éstas en una cultura del consumo de masas, hacen que los conceptos sean mucho más complejos que la simple diferenciación entre lo que pueden escuchar unos estratos de población privilegiada, entendida y dirigida hacia acordes clásicos y los que son más tendentes

hacia unos acordes de consumo, «de usar y tirar», poco elaborados. Al final, la música en la cultura de masas permite una mayor accesibilidad a todo el universo musical existente, lo cual permite la adquisición de lo «culto» o «popular» de manera más sencilla. La desventaja vendría por la pérdida de calidad al convertirse la música en un producto con fecha de caducidad para sacar periódicamente al mercado nuevos discos que sacien las pretensiones consumistas de toda la cadena de mercado.

Tocando la perspectiva cultural de la música, el profesor Hormigos nos hace ver, en primer lugar, la dificultad intrínseca que tiene el concepto de cultura por el hecho de ser un término diversamente definido por distintas formas de pensar a lo largo de la historia y tratada, desde diferentes perspectivas, por multitud de ramas del saber, entre ellas, la sociología. De esta manera, al término cultura se le añaden paulatinas ramificaciones fruto del avance en el análisis del mismo y, así, se incorporan nociones tales como subcultura y contracultura, para referirse a «una serie de entidades culturales inferiores o contradictorias con la cultura general dominante»; o cultura popular y cultura de elite, conceptos contrapuestos para definir la cultura del pueblo medio con la cultura de un entorno más alto-clasista; o cultura de masas, para referirse a aquella que se da en la sociedad occidental actual, influenciada por la casi omnipresencia de los medios de comunicación de masas y envuelta en un halo de pasividad, apatía y acriticismo imperante.

Realizada la advertencia se nos pone en la senda de los derroteros por los que se guía la música en relación con la sociología de la cultura. En estos términos el autor nos habla de la peculiaridad que la música tiene para impregnar, con elementos propios de la cultura como, significados, gustos o valores, entre otros muchos, la vida de las distintas sociedades. La música, como hecho cultural, contiene un conjunto de significados que son adquiridos, interiorizados, defendidos activamente, transmitidos y que nacen con la intención de perdurar en el tiempo. Los gustos musicales de una época están relacionados con muchos aspectos sociales y culturales de la misma. De esta manera, se ha generado una cultura de la posmodernidad que, siguiendo con las premisas anteriores, introduce un tipo de música de características nuevas que suponen un gran cambio: cambio en los soportes, versatilidad, fusiones, pluralidad y otras muchas.

El capítulo cinco trata la música como potente instrumento de comunicación. Los humanos tenemos distintas formas de comunicarnos, las más convencionales son por medio del lenguaje verbal, el corporal y el escrito, pero también tenemos otras como el lenguaje musical que, sin ser un lenguaje estrictamente, trasciende a los anteriores y es el más sublime de todos. Es el lenguaje universal por antonomasia porque supera las barreras del idioma y hace un recorrido que finaliza aposentándose en los sentimientos. La música cumple con una serie de funciones que se nos describen en este capítulo tales como la anímica, la asociativa o la educativa y socializadora, entre otras. Con tanto, el autor nos advierte de que la música es hoy un instrumento tan manido, utilizado y ordinario, sobre todo por el conjunto de las sociedades de consumo con el establecimiento de sus modelos musicales, que se está adulterando su identidad como elemento polivalente de múltiples registros y estilos creativos.

Como colofón a esta magnífica investigación se aborda el fenómeno musical en relación a la sociedad de consumo. Algo tan verdadero y mágico como la música también ha sido fagocitado por el consumo de masas de la sociedad posmoderna. La industria musical se ha

gestado hincando sus cimientos en la creación de necesidades, propias de las sociedades modernas ávidas de devorar todo lo que se le pone a tiro de moneda, y se ha apropiado de la música encerrándola prácticamente en botes para ser inmediatamente vendida, consumida y desechada para que la cadena no se rompa. Pero al mismo tiempo, esa industria entra en la misma vorágine del consumo y se tiene que reinventar permanentemente para no desaparecer. Por eso el profesor Hormigos nos habla de la adaptación constante a la que están sometidas las empresas de este mercado desarrollando nuevos soportes musicales. Y por otro lado el negocio de la música sostiene su rentabilidad poniendo en marcha toda la «cadena de valor de la música» en sus diferentes versiones, ya sea música grabada o en directo, cuyos múltiples elementos van desde el propio autor y/o artista hasta el consumidor, pasando por la búsqueda del talento, el marketing o la producción entre otros.

En definitiva es éste un libro de interés para los sociólogos en tanto que profundiza, desde distintas perspectivas, en los aspectos sociales de la música; pero también es un libro atractivo para músicos y musicólogos en cuanto que aborda una realidad conocida y apreciada por ellos y que puede serles de utilidad para descubrir otras dimensiones de la música.

RUBÉN JOSÉ PÉREZ REDONDO
Universidad Rey Juan Carlos
rubenjose.perez@urjc.es