

Federico Sammartino

fedesamm@gmail.com

Ens.hist.teor.arte

SAMMARTINO, FEDERICO, "Benjamin y la difusión radiofónica de la música popular". *Ensayos. Historia y teoría del arte*. Bogotá D. C., Universidad Nacional de Colombia, 2008, No. 14, 132-147.

RESUMEN

Los revolucionarios avances de la tecnología hacen que detenerse a pensar sobre la radio sea una actividad anacrónica. Sin embargo, la radio no sólo se ha adaptado a nuevos dispositivos digitales tales como, Web, MP3 y teléfonos móviles, sino que en muchas partes de América Latina es aún el medio primario para el consumo musical. En este trabajo repasaré algunos conceptos que Walter Benjamin planteó para la fotografía y que pueden ser aplicados al abordar el estudio de la escucha radiofónica de la música popular.

PALABRAS CLAVE

Federico Sammartino, Walter Benjamin, radio, escucha radiofónica, música popular.

TITLE

Benjamin and Radio Broadcasting of Popular Music

ABSTRACT

Considering the revolutionary advances in technology it seems anachronistic to talk about radio. However, radio has adapted to new digital devices such as Web, MP3 players and mobile phones, and in large parts of Latin America it is still the primary means for music consumption. This paper uses some ideas that Walter Benjamin presented for the understanding of photography, to address the issues of popular music radio listeners.

KEY WORDS

Federico Sammartino, Walter Benjamin, Radio, Radio Listening, Popular Music.

Afiliación institucional

*Universidad Nacional de Córdoba,
Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas*

Licenciado en Composición Musical por la Universidad Nacional de Córdoba. Cursa actualmente el Doctorado en Artes en la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC. Becario de posgrado del CONICET y el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la provincia de Córdoba. Su trabajo de investigación se centra en el estudio de la influencia del desarrollo del turismo cultural en la práctica musical de Estancia La Candelaria.

Benjamin y la difusión radiofónica de la música popular¹

Federico Sammartino

Musicólogo

La pregunta que guía este trabajo es la siguiente, ¿hasta que punto son aplicables las ideas de un alto grado de abstracción formuladas por Walter Benjamin a la realidad empírica? O, lo que es lo mismo, ¿cómo utilizar sus concepciones manteniendo la profundidad de su pensamiento, sin caer en una mera traducción en términos socioantropológicos, semióticos o de cualquier otra índole? Innumerables inconvenientes trae aparejada esta tarea, especialmente, los casi setenta años que han transcurrido desde la muerte de Benjamin: numerosas y variadas interpretaciones y reinterpretaciones de sus conceptos claves se han sucedido sin cesar. Sean en tono favorable o en contra, esos nuevos textos conforman un palimpsesto que hay que tener presente si si queremos trabajar con las ideas del autor. Por otra parte, tampoco hay que descuidar los cambios profundos en las concepciones estéticas, los avances turbadores de la tecnología y los vaivenes económicos, políticos, sociales y culturales que hacen de la sociedad globalizada de hoy un mundo diferente al que acechó a Benjamin en su momento. Pese a todo, existe una impresión generalizada de que su pensamiento sigue manteniendo un buen grado de vigencia; y sus ideas, con las previsiones del caso, parecen

¹ El presente trabajo fue escrito originariamente para el seminario Abordaje filosófico de las Artes, dictado por Diego Tatián, en el marco del Doctorado en Artes de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Posteriormente, Juliana Guerrero y Héctor Rubio realizaron sendas lecturas críticas sobre una segunda versión del trabajo. A ellos tres mi agradecimiento por las indicaciones y sugerencias que me brindaron en la elaboración definitiva del texto.

ofrecer, según nuestro punto de vista, un instrumento conceptual de suma utilidad a fin de analizar el fenómeno de la difusión radiofónica de la música popular. Más aún si se tienen presente los novedosos modos de difusión musical que, en un primer vistazo, parecieran haber hecho retrogradar la escucha radiofónica a una práctica de museo. No obstante, la difusión radiofónica se ha sumado a los nuevos contextos tecnológicos, sin modificar sustancialmente por ello su propia historia ni su tradicional modo de operar.

Urgido por la vastedad de las ideas de Benjamin, quisiera plantear, por un lado, una perspectiva que intente dar cuenta de las posibilidades de utilización de las nociones benjaminianas en trabajos que manejen datos empíricos o que sean el resultado de un trabajo etnográfico. Por el otro, poner en evidencia ciertos inconvenientes presentes en algunas prenociones existentes en los estudios sobre música popular y que podrían superarse si se tuvieran presentes las nociones de Walter Benjamin. En tal sentido, me centraré únicamente en los conceptos vertidos en su ensayo “El arte en la época de su reproductibilidad mecánica”. Y, más específicamente, sobre dos cuestiones: la noción de *autenticidad* de la obra aurática; y la validez de las nociones de valor cultural y del valor de exhibición. A cada uno de estos puntos, los plantearé en forma de pregunta para desarrollar a continuación algunas posibles respuestas.

I.

Teniendo presente el carácter inmediato, pero mediado de la experiencia sonora (necesidad del intérprete, de los instrumentos, de la reproducción), ¿es posible aplicar la noción de autenticidad en ésta área del arte? En caso afirmativo, ¿cuánto de ideológico hay en la afirmación de que la escucha radiofónica posee un carácter “único e irrepetible”? En tanto ideología, ¿la noción de autenticidad puede considerarse tan solo una cuestión de falsa conciencia? En definitiva ¿hasta que punto la reproductibilidad técnica está disociada de la noción de autenticidad?

La autenticidad es utilizada a modo de fórmula por Walter Benjamin para señalar el carácter de construcción histórica y humana del mismo arte. Si la noción de autenticidad se basa en el aquí y el ahora del original, la reproductibilidad mecánica² vino a sacudir lo transmitido por tradición. La estrategia nos parece ahora bastante simple, “En vano se aplicó por de pronto mucha agudeza para decidir si la fotografía es un arte (sin plantearse la cuestión previa sobre si la invención de la primera no modificaba por entero el carácter del segundo)”³. Al invertir los términos –“el arte como fotografía”–, Benjamin pone en escena

² Quisiera aclarar desde un principio que utilizo los términos mecánica y técnica de manera indistinta, en base a las diferentes traducciones del texto benjaminiano. La traducción sobre la que trabajo habla de “reproducción mecánica”. Pero, por ejemplo, la reciente edición de Pre-Textos (2007) del texto de Benjamin habla en su título de “reproductibilidad técnica”.

³ WALTER BENJAMIN. “El arte en la época de su reproducción mecánica”, en CURRAN, J. et al. *Sociedad y comunicación de masas*. México, Fondo de Cultura Económica, 1981, pp. 442-443.

la experiencia cultural moderna: el arte ya no como hecho autónomo de la experiencia humana, sino imbricado en el carácter social y masivo de la época de la reproductibilidad técnica del arte⁴. Si la autenticidad invoca el origen y garantiza el “aquí y ahora, único e irrepetible” de la percepción, Benjamin no hace más que indicarnos que el aura es un resabio cultural y ritualístico. Como señala Guillermo Olivera, “experimentar el aura de un objeto supone ‘animarlo’, ‘humanizarlo’, reconocer en lo inanimado ciertas capacidades propias de los seres humanos”⁵.

Por otra parte, Benjamin nos pone sobre aviso de la distinción entre reproductibilidad manual y reproductibilidad técnica. Mientras que la autenticidad mantiene toda su autoridad frente a la copia manual —ésta es una reproducción falsa—, frente a la reproductibilidad técnica no tiene nada que hacer. Sea por la independencia que muestra la copia reproducida mecánicamente frente al original, sea por su capacidad de llegar a lugares impensados para el original, la autenticidad se repliega frente a la reproducción mecánica⁶.

La claridad con que puede definirse la autenticidad de la obra aurática y su cuestionamiento por la reproductibilidad mecánica en artes como la pintura, el teatro o la literatura se enturbia cuando queremos aplicarla a la música. Fundamentalmente por la inmanencia de la mediación en la música, la cual, por un lado, impide identificar el original auténtico y, por el otro, en el preciso nacimiento de una pieza musical engendra reproducciones infinitas o, al menos, difíciles de precisar⁷. Si distinguir el aura no solo es aprehender “la quintaesencia de todo lo que desde el origen puede transmitirse en ella”⁸, sino precisar y distinguir ese origen, ¿cuál es, por ejemplo, el origen auténtico de la sonata para piano solo, opus 13, *Patética*, de Ludwig van Beethoven? ¿Lo es, acaso, la primera edición publicada en Viena en 1799? No obstante, la mera existencia de la música depende exclusivamente de su manifestación como fenómeno físico y acústico. En consonancia con ello, se precisa un mediador que transforme la partitura en sonido: el intérprete. Entonces, ¿es la primera ejecución del mismo Beethoven el original auténtico? Pero, no se conserva ningún registro al respecto. En consecuencia, ¿podría tomarse el registro histórico de Arthur Schnabel de la década de 1930 como el original? ¿O por qué no las posteriores de Maurizio Pollini o Willem Kempf? No obstante, estos pianistas estudiaron versiones posteriores a la primera edición, con los cambios, correcciones e incluso

⁴ GUILLERMO OLIVERA. “De la ‘fotografía como arte’ al ‘arte como fotografía’. Reproductibilidad técnica y cultura moderna en la figura del quiasmo benjaminiano”, *etc. Ensayo-Teoría-Crítica*, Año 6, No. 7, Córdoba. 1999.

⁵ *Ibid.*, p. 131.

⁶ WALTER BENJAMIN. *Op. cit.*, pp. 435-437.

⁷ Los únicos casos en que podría considerarse e identificarse un original auténtico son las grabaciones de obras electroacústicas acústicas y la difusión comercial de grabaciones de DJ. En ambos casos, el registro no admite la posibilidad de que entre una escucha y otra se encuentren diferencias, salvo las equalizaciones diferentes propias de cada equipo reproductor.

⁸ WALTER BENJAMIN. *Op. cit.*, p. 436.

errores que cada editor introducía. Por lo tanto, y si se continúa en el sondeo del original auténtico, ¿hay que buscar en el book interno de un CD o en el programa de mano de un recital, la aclaración de que el intérprete ha trabajado sobre una versión Urtext? Este tipo de preguntas pueden continuar *ad infinitum*, sin hallar por ello una respuesta satisfactoria. Sin embargo, en esta pregunta queda expuesta de modo evidente lo que supone la tesis central de Walter Benjamin sobre la autenticidad: las opciones de que la grabación de Schnabel, la edición Urtext, el concierto de Baremboin en el Carnegie Hall o que cualquier otra versión que nos imaginemos de la sonata beethoveniana sean calificados de auténticos, no pueden disimular el hecho de que todos ellos no son más que constructos históricos, sociales y humanos. En todo caso, aquella pregunta ayuda a formalizar y sistematizar los trazos históricos que componen la esencia de la llamada Patética auténtica y no otra cosa.

Por su parte, los estudios sobre música popular también han hecho uso de la noción de autenticidad, lo cual ha permitido, por un lado, enriquecer dicha noción y, por el otro, llevar al terreno de formas de experiencia más elementales e inmediatas el concepto benjaminiano. En dichos trabajos, lo que se busca es explicar el modo en que ciertas combinaciones de sonidos afectan a los individuos, provocando formas de aprehensión y disfrute en determinadas condiciones de recepción. Siguiendo la apuesta benjaminiana, lo que no han dejado de hacer estos trabajos es colocar la noción de autenticidad en el centro mismo de la cuestión social. La perspectiva dominante en los estudios sobre música popular hace uso del término en el sentido de verdadero, de no-falso. Simon Frith, por ejemplo, en un trabajo ya clásico sobre la estética de la música popular, señala que la autonomía estética en el rock se halla condicionada por la combinación de argumentos provenientes del folclore y de la música culta en torno a la autenticidad. La buena música de rock sería la que refleja auténticamente algo –siguiendo los argumentos folcloristas–; y es auténtica aquella música que se resiste o subvierte la lógica comercial –tal los argumentos de la musicología académica–⁹. No obstante, como bien advierte Frith, tales ideas no son más que consecuencias ideológicas de todo el mercado del rock, es decir, “un aspecto más de su proceso de venta: las estrellas de rock pueden ser comercializadas como artistas y su sonido particular como un referente de identidad”¹⁰. Frith concluye afirmando que la autenticidad es el término más equívoco en la teoría cultural. Frente a esto, el autor plantea que la tarea que se debe emprender es definir el modo en que se establecen a priori tales ideas de autenticidad, es decir, no se trata de descubrir qué refleja la música en las subjetividades, sino cómo la música las construye¹¹. Y la apelación a la autenticidad es uno de los modos más poderosos de las últimas décadas en el moldeado de las subjetividades.

⁹ SIMON FRITH. “Hacia una estética de la música popular”, en F. CRUCES, et al. *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología*. Madrid, Trotta, 2001, p. 417.

¹⁰ *Ibid.*, p. 418.

¹¹ *Ibid.*, pp. 418-419.

Steven Feld, en un trabajo sobre las prácticas que atraviesan la comodificación de las músicas del Tercer Mundo a partir de la emergencia de los géneros *world music* y *world beat*, advierte que la autenticidad se erige como la cualidad que borra cuanto vestigio de copia se presenta en toda reproducción de música grabada¹². En otras palabras, la autenticidad es la condición que transforma a la copia en garantía del auténtico original. El apremio de Feld viene a cuento de las prácticas y discursos que emergen alrededor del suceso global de la *world music*. Bajo el manto de autenticidad se oculta todo rastro del proceso de producción de la –en definitiva– mercancía musical, lo cual acarrea consigo el

riesgo de confundir la circulación y expansión de los contenidos musicales con la circulación de las relaciones de poder. Aún si los músicos locales de los más remotos lugares tomaran el control, ¿cuán progresista puede ser el campo de la música popular cuando las prácticas de la industria cultural transnacional reproduce con suma tenacidad las formas y fuerzas de dominación que mantienen a los *outsiders* fuera, considerándolos tan solo como meras “influencias” y obreros en la producción del pop?¹³

Esta situación planteada por Steven Feld, que se reproduce con ciertos matices en todas las versiones de la música popular, me permite introducir otras dos cuestiones. En primer lugar, el ejemplo de Feld no deja de señalar el carácter inherentemente ideológico de la misma idea de autenticidad. En efecto, si nos apartamos de la *world music* y nos fijamos en lo que sucede en la piratería, hasta el mismo soporte y los aparatos de grabación son producidos por algunas de las *majors* de la industria discográfica, como en el caso de Sony. Un CD pirata de *Vasos Vacíos* de Los Fabulosos Cadillacs, puede haber sido grabado por una grabadora Sony, en una portátil Sony Vaio, en un CD Sony, para luego copiarlo a un celular Sony. Esto constituye un ejemplo de la urgencia por apelar a las concepciones benjaminianas en torno a la idea de autenticidad, más si tenemos presente que toda la teoría del arte de Benjamin no es sino una crítica de la ideología de la cultura¹⁴. Esta situación me permite presumir que el peligro que advertía Benjamin en la década de 1930 en pleno fascismo, aún sigue vigente: la autenticidad es el velo que cubre la estetización de la vida. Al respecto, Jürgen Habermas dice que “el embrujo del culto se quiebra sólo para revivir sintéticamente; la recepción masiva se vuelve sugestión masiva”¹⁵. Si la sugestión masiva alude a las grietas que pueden dejar a la luz el proceso de producción de la mercancía musical,

¹² STEVEN FELD. “From Schizophrenia to schismogenesis: on the discourses and commodification practices of ‘world music’ and ‘world beat’”, en S. FELD y Ch. KEIL. *Music Grooves*. Chicago and London, The University of Chicago Press, 1994, pp. 259-260.

¹³ *Ibid.*, p. 263. Todas las traducciones me pertenecen.

¹⁴ JÜRGEN HABERMAS. “Walter Benjamin: Consciousness-Raising or Rescuing Critique”, en G. SMITH (ed.) *On Walter Benjamin. Critical Essays and Recollections*. Cambridge, Massachusetts and London, The MIT Press, 1991, p. 96.

¹⁵ *Ibid.*, p. 96.

la autenticidad, en tanto falsa conciencia, se erige como un conjunto de prácticas y discursos poderosos con un doble fin: sellar tales grietas y al mismo tiempo, desviar la mirada que se pose sobre esas grietas. En otros términos, la autenticidad, en el doble sentido señalado por Simon Frith, –desde la perspectiva de los estudios folclóricos y desde los estudios sobre la música académica–, adquiere una mayor jerarquía frente a cualquier otro valor que deje traslucir el carácter de mercancía de una pieza musical, sea grabada, difundida en la radio o bajada por la web. El valor auténtico de un registro –como las bagualas recopiladas por Leda Valladares o los conciertos en vivo de Soda Stereo a propósito de su última reunión–, subsume todos y cada uno de los pasos que median entre su registro y su comodificación, pero esto es solo una parte del asunto.

El segundo aspecto que quisiera recalcar es que el carácter ideológico de la autenticidad, en tanto falsa conciencia, puede traer aparejado algunos presupuestos problemáticos. En efecto, podría llegarse a afirmar que toda música popular es inauténtica, lo cual puede conducir a establecer una relación jerárquica que remite a estructuras sociales equivocadas: la música popular es inauténtica, así como la música no-popular es auténtica. Esta división es falsa por el hecho de que diferentes individuos entenderán como música popular lo que ellos quieran: para algunos el jazz y el folclore serán música popular –por ende, música inauténtica–, mientras que para otros no lo son. En consecuencia, circunscribir exclusivamente la ideología a su plano negativo oblitera el modo afirmativo con que se vive esa supuesta falsedad. Una posible solución es considerar el vínculo que establecen los individuos con la música popular como relaciones vividas, en tanto prácticas y discursos de lo *no-falso*¹⁶. Parafraseando a Althusser, puede señalarse que la autenticidad –en tanto ideología– es una representación de la relación imaginaria de los individuos con las prácticas y discursos cotidianos sobre la música popular. Es decir, no existe algún plano ontológico que permita considerar auténtica una pieza de música, sea en un recital, en un track de un CD o en la difusión radiofónica, pero sí en el plano de las relaciones afectivas e inconscientes de un oyente con la música que escucha. Relación que se sostiene, además, sobre un sentido positivo de autenticidad, es decir, eso que se escucha no puede ser falso. Lo que proponemos aquí, entonces, es distinguir a qué se está refiriendo la autenticidad como ideología en el plano de la recepción, lo cual es diferente –como vimos anteriormente– al plano de la producción. Walter Benjamin contempla en cierta medida estos problemas. Sin dejar de lado el carácter ideológico de las obras, Benjamin considera que las mismas podrían calificarse como auténticas, inauténticas o falsas, a lo que agregaremos el carácter de no-falso. En el caso de la música popular, ya señalamos que el carácter de auténtica de una obra sugiere una construcción social sobre la base de las características de la obra aurática. Por su parte, una

¹⁶ Sobre las relaciones vividas ver LOUIS ALTHUSSER. *Ideología y aparatos ideológicos de estado*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1996; TERRY EAGLETON. *Ideología. Una introducción*. Buenos Aires, Nueva Visión, 2005, pp. 39-45.

obra es falsa cuando se distingue su carácter de copia de otra obra –lo que denominamos corrientemente como plagio–. Benjamin sugería que el carácter inauténtico de una obra se presentaba en la apropiación de las técnicas de reproductibilidad por los totalitarismos como el fascismo o el nazismo. Lo que subyace a su caracterización es que la manipulación de las técnicas de reproductibilidad causan que la obra se convierta en otra cosa. En este sentido, las posibilidades tecnológicas actuales permiten un alto grado de manipulación al punto de que la música pierda su carácter como música¹⁷. El carácter de no-falso –a diferencia de las otras tres posibilidades que se ubican con mayor facilidad en el plano de la producción– podría servir para caracterizar la recepción de las piezas musicales, es decir, la relación afectiva entre los individuos y la música popular¹⁸. Lo no-falso no se refiere a que sea verdad, sino a que su efectividad radica en la apariencia con que las subjetividades componen y viven el todo social a través de la música. Más aún si tenemos presentes que “los enunciados ideológicos parecerían ser subjetivos pero no privados”¹⁹, es decir, que la relación de cada individuo con la música no es lo suficientemente independiente como para afirmar su carácter de verdad. En el caso de la difusión radiofónica, esta distinción puede resultar eficaz para identificar al mismo tiempo lo subjetivo y el carácter falso en el desarrollo de la industria radiofónica. Es decir, es posible describir las relaciones vividas que se repiten entre individuos que escuchan a Los Fabulosos Cadillacs por la radio y al mismo tiempo se puede reconocer como la industria discográfica manipula a la institución radiofónica.

Como cierre de este primer interrogante –¿hasta que punto la característica de autenticidad se encuentra disociada de la reproductibilidad técnica en la difusión radiofónica?–, quisiera ensayar algunas conclusiones. La noción de autenticidad como origen de una obra, que se reedita en un aquí y ahora irreplicable, para Walter Benjamin es propia de la obra de arte aurática. La música no entraría en este sentido de autenticidad a raíz de la inmanencia de la mediación. No obstante, en los discursos y prácticas cotidianas la autenticidad es una idea

¹⁷ No obstante, las nuevas posibilidades de la multimedia asociada a la música entrarían en esta categoría. Pienso en fenómenos recientes como *High School Musical*, donde el despliegue de lo puramente musical está acompañado por programas de TV, páginas y foros en internet, realización de una película, edición en DVD, versiones sobre hielo, etc. A mi parecer, la estetización extrema de un fenómeno de este tipo precisa de todos los medios al alcance para esconder una mercancía tan evidente.

¹⁸ James Clifford sostiene algo parecido en relación con el “sistema del arte y la cultura”, como pueden ser las modalidades en que objetos culturales se mueven hacia la esfera institucional del arte, tal como lo ha hecho en repetidas ocasiones el MoMA neoyorkino con los objetos aborígenes. Partiendo de la adaptación que hace Jameson del “cuadrado semiótico” de Greimas, Clifford parte de la oposición entre *obras maestras auténticas* y *obras maestras inauténticas*. De allí genera otros dos términos por negación: *artefactos auténticos* y *artefactos inauténticos*. Estos términos le permiten al autor establecer campos –*arte, no-arte, cultura y no-cultura*– y movimientos entre esos campos. JAMES CLIFFORD. *The predicament of culture. Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art*. Cambridge, Massachusetts and London, Harvard University Press, 1988.

¹⁹ TERRY EAGLETON. *Op. cit.*, p. 41.

que circula con mucha fuerza cuando se habla de música. Esto pone al desnudo la falsedad de la misma idea de autenticidad y con ciertas particularidades en la difusión radiofónica: en este medio la autenticidad se ancla en la condición de *connaissanceur* del oyente. Es decir, la efectividad radiofónica radica en que la música que emite un programa sea considerada como auténtica por los oyentes. De hecho, cada vez son más las frecuencias que se dedican a emitir música de un género específico. Por ejemplo, en Córdoba, Argentina, están presentes en el dial Radio Suquía dedicada al cuarteto, Pobre Johnny al rock en castellano, ó Las Rosas a la música dance. En consecuencia, sea por subvertir la lógica comercial, sea por reflejar auténticamente algo, las emisoras apelan al oyente *connaissanceur*, que vive afectiva e inconscientemente lo que escucha como algo auténtico, como un aquí y ahora único e irrepetible. Frente a la tradición marxista de falsa conciencia he preferido la idea de no-falso para poder identificar con mayor eficacia lo que sucede con la recepción de la música difundida por la radio –y creo que sería una caracterización apropiada para la música en su totalidad–. Por un lado, porque en tanto relaciones vividas, la apreciación en términos de verdad o falsedad conduciría a presupuestos equivocados. Por el otro, porque permite sacar a la luz los aspectos que falsean los discursos sobre la comodificación de la música en el espacio radiofónico. En pocas palabras, la característica de autenticidad, como lo señala Benjamin, solo es aplicable a la obra aurática; lo que no es indisoluble a la difusión radiofónica de la música es su carácter de no-falsa. Habría que ver si dicha cualidad se repite en otras artes posauráticas.

II.

¿Es correcta la apreciación de Walter Benjamin sobre la historia de la recepción? Es decir, que hasta inicios del siglo XX se caracterizó por la preeminencia del valor cultural y a partir de la época de la reproductibilidad mecánica se define por la supremacía del valor de exhibición. No obstante, si se toma en cuenta el poder de manipulación de los medios radiofónicos, ¿no se encuentran ambos valores subsumidos a un valor superior, esto es, a la reificación? ¿Cuál es, en definitiva, la relación entre el modo de producción masiva de la industria cultural y la recepción?

Uno de los mayores logros que se le adjudica a Walter Benjamin es el de haber dirigido su atención a la recepción de la obra de arte. Para ello, concibe dos valores con sus respectivas funciones: mientras el valor cultural –con su función ritualística– es el que caracteriza la recepción de la obra de arte aurática, el valor de exhibición es el que la caracteriza en la era de la reproductibilidad técnica, cuya función sería la política. En relación con la obra de arte aurática, Benjamin afirma que “lo esencialmente lejano es lo inaccesible: de hecho, la inaccesibilidad es una cualidad capital de las imágenes de culto”²⁰. Esa lejanía no solo hace

²⁰ WALTER BENJAMIN. “Sobre algunos temas en Baudelaire”, en *Sobre la fotografía*. Valencia, Pre-textos, 2007, p. 149.

referencia al sentido espacial, sino también al aspecto temporal. Por ello, coloca al valor cultural en el mismo origen de la noción de obra de arte, “las obras artísticas más antiguas sabemos que surgieron al servicio de un ritual primero mágico, luego religioso [...] Esta fundamentación, por más mediada que esté, sigue siendo aún reconocible en cuanto ritual secularizado”²¹. Por su parte, el valor de exhibición está latente en la obra de arte aurática y gracias a la misma práctica artística es que busca emanciparse de los resabios de la función ritualística, de modo tal que el valor de exhibición va ocupando su lugar. En el momento en que la reproductibilidad técnica emerge por su propio derecho, se produce un cambio profundo y de insospechables consecuencias, “por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual. La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta a ser reproducida”²².

Ahora bien, esta sucinta descripción de las ideas benjaminianas sobre el valor cultural y el valor de exhibición traen consigo, al menos, dos problemas que me interesaría poner en primer plano. Por un lado, plantear de un modo tan tajante el decurso histórico de la recepción tiene sus inconvenientes, aunque Walter Benjamin pareciera haber sido consciente de los mismos. En efecto, Benjamin aclara en una nota al pie del apartado 5 de “El arte en la época...” que, “el tránsito del primer modo de recepción artística al segundo determina el decurso histórico de la recepción artística en general. No obstante, podríamos poner de bulto una cierta oscilación entre ambos modos receptivos por principio para cada obra de arte”²³. Es decir, en una obra de arte individual es posible distinguir momentos donde uno de los valores se impone al otro. Por ejemplo, el *Requiem* KV 626 de W. A. Mozart fue encargado originalmente como una pieza dedicada al culto fúnebre de la mujer de un noble. Aunque su función ritualística continuó estando presente, poco a poco esa función le fue dando paso al lucimiento de solistas, coros, directores y orquestas de todo el mundo. Incluso, una gran porción del valor cultural fue aniquilado cuando se incluyó al *Requiem* de Mozart como banda de sonido para el videojuego *The King of Fighters '96*, historia de combates que mezcla la Yakuza nipona con deidades griegas traducidas a la tradición samurai. Sin embargo, su función ritualística reaparece cuando muere alguien que esté a la altura de ser sepultado con música tan sublime, como Karol Wojtila –pese al carácter de *reality show* que tuvieron los momentos previos a su último suspiro y que rodeó toda la ceremonia religiosa. Esta oscilación entre el valor cultural y el valor de exhibición es central para evaluar lo que sucede con la recepción radiofónica. Y como pareciera desprenderse de las tesis benjaminianas, dicha oscilación depende del contexto de recepción. Por ahora dejaré estas ideas en suspenso para retomarla más adelante.

²¹ WALTER BENJAMIN. “El arte en la época...”. *Op. cit.*, p. 439.

²² *Ibid.*, pp. 439-440.

²³ *Ibid.*, p. 441.

Esta sospecha de Benjamin –que en la obra individual se yuxtaponen el valor de exhibición y el valor cultural de acuerdo al contexto de la recepción–, se traduce en un contrabalanceo de suma cero en la obra de arte aurática. Es decir, hacia dentro de la obra aurática no existe nada que haga peligrar su esencia, por más peso que el valor de exhibición tenga en determinada obra. La tesis del trabajo benjaminiano es que la época de la reproductibilidad técnica ha radicalizado de tal manera el carácter de la obra de arte, que la suma cero se pierde y otra función es la que toma la posta, esto es, la función política. Y aquí radica el segundo aspecto problemático que quisiera resaltar: en el campo de los estudios de música popular se ha puesto muchas veces el acento en el aspecto progresista y liberador de la reproducción mecánica. Esta veta del pensamiento de Benjamin es la que posibilitó a un buen número de estudiosos de la música popular a oponerse a las perspectivas peyorativas de tinte adorniano sobre la música popular. La confianza puesta en los medios electrónicos que se destila en numerosos trabajos sobre música popular ha llegado a afirmaciones del tipo que los medios electrónicos son por naturaleza democráticos. Richard Middleton sintetiza algunos de los argumentos que más se han repetido en los estudios sobre música popular:

El acceso es fácil y universal y, a diferencia de los libros de texto, no es necesario un alto grado de “capital” educativo; el copiado es simple; aún la producción es relativamente simple (cualquiera puede hablar o cantar en un micrófono). El equipamiento es tal que resulta muy difícil prevenir “adecuaciones” al parecer de cada uno. Del mismo modo, la “información” (estilos, fuentes de material, habilidades técnicas) de *cualquier lugar* es fácil y universalmente disponible. Es más, la tecnología es por naturaleza reversible: un receptor de radio es potencialmente un transmisor; un reproductor de casete puede grabar; incluso un disco para un gramófono puede ser utilizado como un factor dentro de nuevas actividades productivas, como han demostrado las prácticas de rap y el scratching [...] [lo cual] tuvo grandes efectos cualitativos, estimulando la socialización de la producción, la colectivización de la recepción y generando nuevos significados sociales y estéticos de la música en sí²⁴.

La crítica –obvia– que el mismo Middleton le realiza a este tipo de apreciaciones es que la “experiencia masiva tecnológicamente mediada no es necesariamente en sí misma progresista, y necesitamos tener presente la importancia del conflicto entre la forma y la práctica, y del esfuerzo continuamente *articulador* por parte de los productores y los oyentes”²⁵. Asimismo, aquel tipo de generalizaciones posterga la importancia de los contenidos y funciones sociales específicos de los usos que se les da a los medios tecnológicos. Como señala Middleton, “el estudio de grabación no es un recurso neutral”, el cual, si permite el surgimiento de una gran variedad de músicas, lo hace de acuerdo a la “intención, las convenciones y el mercado”²⁶.

²⁴ RICHARD MIDDLETON. “Over the rainbow? Technology, politics and popular music in an era beyond mass culture”, en *Studying Popular Music*. Philadelphia, Open University Press, 1990, p. 68 (resaltados en el original).

²⁵ *Ibid.*, p. 70 (resaltados en el original).

²⁶ *Ibid.*, p. 89.

Una tercera crítica que señala Middleton es la confusión entre *reproductibilidad mecánica* [mechanical reproductibility] y la *productibilidad electrónica* [electronic productibility]: la segunda es “la capacidad de transformar, extender y descentralizar la producción [...] [lo cual] no garantiza que la diseminación masiva genere una producción innovadora”²⁷. En otros términos, que sea mucho más fácil la copia, el registro o la distribución de la música, en ningún caso señala una función política emancipadora tal como la entendía Benjamin.

No obstante, la recepción de esa misma música producida por la radio tiene cierto margen para evitar esa contradicción. Lo que Middleton nos está señalando es que en los estudios sobre música popular muchas veces se desentienden del modo de producción. Y es en este mismo punto donde los otros frankfurtenses –específicamente Adorno y Horkheimer– le achacaban las debilidades a Benjamin sobre la reproductibilidad técnica²⁸. Frente a la dimensión que ha adquirido la industria cultural contemporánea, resulta muy difícil no acordar con Adorno y Horkheimer de la inmanencia a las manipulaciones ideológicas a las que se encuentran sometidos el modo de producción y la difusión de las artes dispuestas a ser reproducidas. Pese a tales críticas, Benjamin, siguiendo a Brecht, tenía presente en cierta medida los problemas que podría acarrear la fotografía al acercarse a estos límites, fundamentalmente, en la estetización creciente del fascismo, lo cual “convierte lo creativo [...] en un fetiche [...] ‘el mundo es bello’: éste es precisamente su lema”²⁹. En este sentido, cualquiera de los argumentos citados por Middleton en favor de la democratización de los medios electrónicos, están afectados por la manipulación de la industria cultural sobre el modo de producción, que consiste, podría decirse, en una reificación aurática: “cuando la reificación termina de adueñarse de la realidad *desrealizándola*, entonces *lo que dicen las palabras* se vuelve tan indiferente como las distinciones enfáticas”³⁰. Podemos definir la reificación aurática como el único resultado posible al que conduce el modo de producción de la industria cultural. Si la reificación es un paso extremo de la objetivación del mundo, quedando éste como pura facticidad no humana, es decir, el hombre se niega a sí mismo en la objetivación del mundo, la industria cultural presenta su modo de producción como infalible, objetivado en la realidad y sustentado en un valor supremo e intachable como el aura. Para ello subsume al valor de exhibición y al valor de culto: el primero, para colocar los productos al alcance de todos y dar la ilusión de la elección; el segundo, para desrealizar la realidad y quitarse de encima las contradicciones socialmente molestas. Un claro ejemplo

²⁷ *Ibid.*, p. 83.

²⁸ Ver GILLES MOUTOT. *Adorno. Lenguaje y reificación*. Buenos Aires, Nueva Visión, 2005, p. 47-54.

²⁹ WALTER BENJAMIN. “Pequeña historia de la fotografía”, en: *Sobre la fotografía*. Valencia, Pre-textos, 2007, p. 50.

³⁰ GILLES MOUTOT. *Op. cit.*, p. 53 (resaltados en el original).

de esto en la difusión radiofónica es el *Top Forty* o cualquier otra lista con los más pedidos o escuchados. Si el rock, en sus inicios, no era apto para el living de la casa, ¿qué sucedió para que después de su domesticación comience a generar ingentes ganancias monetarias? Para Richard Middleton, la regulación y control del mercado emergente de los jóvenes, sintetizado en la lista del *Top Forty*, condujo a que ese género y su sentido social, fuera “recreado de tal modo que la audición radiofónica retornó, a través de la mediación de los DJ’s y las listas de éxitos, a un patrón institucionalmente definido”³¹. El *Top Forty* resignificó al rock en términos supra-humanos, objetivado en la ilusión de la elección popular, pero al mismo tiempo no producido por el hombre. Sin embargo, quisiera realizar una importante aclaración: esta terrible contradicción -en términos de Berger y Luckmann, “aunque aprehenda el mundo en términos reificados, el hombre sigue produciéndolo, o sea que, paradójicamente, es capaz de producir una realidad que lo niega”³²-, queda circunscripta al modo de producción de la industria cultural. La radio es la perfecta encarnación de cómo se puede producir al mundo negándolo al mismo tiempo –al menos en lo que hace a la difusión radiofónica–.

No obstante, la recepción de esa misma música producida por la radio tiene cierto margen para evitar esa contradicción. Aquí sería posible retomar las ideas de Benjamin sobre política y la dicotomía entre valor cultural y de exhibición, e integrarlas con las concepciones propias de los estudios en música popular. En los últimos años un número cada vez mayor de trabajos académicos ubica la política de la música popular en la esfera de la *vida cotidiana*. Ubicada en esta órbita, se entiende que la

música puede operar dentro de los mecanismos de la producción en masa, mientras que la recepción se coloca más allá de aquella [...] su valor deriva de su capacidad en articular sus discursos constitutivos, permitiendo así a los individuos a entrar en diálogo con esas posiciones y, quizás, conectarlas con experiencias asociadas de un modo más cercano a sus propias vidas³³.

En este sentido, ya no es posible abarcar todo el estudio sobre la difusión radiofónica como una sola cosa, sin distinción entre los movimientos de la producción y la recepción. Hay que buscar las razones por las que la reificación aurática –en tanto fin último del modo de producción de la industria cultural– se retira en ciertos momentos de la recepción radiofónica. La yuxtaposición del valor cultural y el de exhibición es una imagen válida para explicar esta situación y la política de la música popular en la vida cotidiana. Richard Middleton adapta la imagen benjaminiana del *flâneur*, quien asimila los estímulos de la vida moderna en forma de

³¹ RICHARD MIDDLETON. *Studying Popular Music*, op. cit., p. 85.

³² PETER BERGER y THOMAS LUCKMANN. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu editores, 1999, pp. 117-118.

³³ ALASTAIR WILLIAMS. *Constructing Musicology*. Aldershot, Burlington, Singapore and Sidney, Ashgate Publishing Company, 2001, p. 86.

shock³⁴. Esos sonidos de la vida moderna conforman un sistema de “ecología socio-musical”³⁵. Aunque Middleton reconoce las diferencias entre el modo de producción y la recepción masiva, lo cierto es que no va más allá de su mero enunciado. Como señalé anteriormente, el valor inherente al modo de producción radiofónica es la reificación aurática: desde la selección de los cortes de difusión y las estrategias comerciales de los productores musicales, pasando por el *target* ideal del público al que se apunta, hasta el recorte estilístico en las radios y sus programaciones, la música deviene en un producto supra-humano sustentado en la trascendencia aurática. Por el lado de la recepción radiofónica, y tal como adelanté en unos párrafos anteriores, aquélla está sumamente condicionada por el contexto de audición. La yuxtaposición entre el valor cultural y el de exhibición que, en el caso del *Requiem* de Mozart, se manifestaba a lo largo de varios siglos, en la recepción radiofónica se acelera a velocidades insospechables. Esta radicalización temporal de la yuxtaposición entre el valor cultural y el de exhibición es inescindible al contexto de la audición. .

De acuerdo con su contexto, la recepción radiofónica de la música puede definirse por las dos posiciones involucradas en la escucha radiofónica: el oír y el escuchar. José Luis Fernández define oír como,

la pura audición, sin la necesaria discriminación detallada de lo oído; se sabe que se está percibiendo radio pero se impone a la audición el contexto de la recepción [...] la situación en el contexto –urgencias del trabajo, despliegue de la excitación, importancia de una conversación y, en el extremo, exceso de somnolencia– pueden impedir el controlar la atención más allá de la propia voluntad del oyente, que de pronto descubre que ya pasó la información o el tema anunciado que concitaba su expectativa³⁶.

Por su parte, escuchar “implica que la recepción se impone al contexto de recepción; el oyente se abstrae del entorno y presta atención a la sucesión del texto radiofónico que

³⁴ En numerosos estudios de índole etnográfica ubican la dimensión política de la música en la vida cotidiana. Charles Keil indaga sobre el modo en que las personas utilizan los medios que permiten la reproductibilidad mecánica y cuáles son las interacciones sociales imbricadas en ello. (CHARLES KEIL. “Music mediated and live in Japan”, en S. FELD y CH. KEIL. *Op. cit.*) Por su parte, Caroline Bithell se pregunta cómo la mediación de la grabación imprime posturas ideológicas, políticas y artísticas en los grupos vocales de Córcega; esto resulta de que en las grabaciones se escuchan ciertas piezas, mientras que en la vida cotidiana esos mismos grupos cantan otras muy diferentes (CAROLINE BITHELL. “Poliphonic voices: national identity, World Music and the recording of traditional music in Corsica”. *British Journal of Ethnomusicology*, Vol 5, 1996). Un último ejemplo puede ser el de Greg Dimitriadis, quien realiza un recorrido histórico de los textos del hip hop a partir de la dialéctica entre la *performance* en vivo en lugares públicos –fijado desde su nacimiento en los parques y plazas de New York–, y la mediación de las mayores empresas discográficas (GREG DIMITRIADIS. “Hip hop: from live performance to medated narrative”. *Popular Music*, vol. 15, No. 2, 1996).

³⁵ RICHARD MIDDLETON. *Studying...*, *op. cit.*, p. 95.

³⁶ JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ. “El hojaldre temporal de lo radiofónico”, en *Figuraciones*, No. 1 y 2, Buenos Aires, 2003, pp. 24.

surge del parlante”³⁷. No sería algo desacertado adjuntar a cada una de estas posiciones las categorías de Walter Benjamin: el valor de exhibición al oír y el cultural al escuchar.

Detenerse a escuchar una pieza musical que difunde la radio mientras se realizan las tareas cotidianas, se acerca demasiado a la recepción aurática, es decir, aprehender una lejanía por más cercana que esté. Cuando la recepción se impone al contexto son las nociones sobre el valor estético las que predominan en el escuchar. En el fluir radiofónico, el individuo escucha la canción que le gusta por el valor estético que le asigna a ella. La referencia que hace Benjamin en relación al rostro humano –al que considera como la última trinchera del valor cultural, “el valor cultural de la imagen tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres queridos, lejanos o desaparecidos”³⁸. puede trasladarse a la escucha de una voz: las características de ésta última pueden ser tales que condicionan el contexto de recepción. Un rasgo misterioso de esta situación es la ausencia de una imagen a la que asociar una voz: son innumerables las anécdotas sobre la fascinación que causaban los actores de radioteatros, pese a que en muchas ocasiones se desconocía el rostro del galán. Para Benjamin, una característica central de las figuras de culto no es tanto que sean vistas, sino que manifiesten su presencia³⁹. Pero, en la audición cotidiana de la radio, al escuchar le sucede velozmente el oír. El contexto del oír se puede definir invirtiendo los términos benjaminianos: aprehender una cercanía por más lejana que se encuentre. En el contexto de recepción del oír desaparecen todas las cualidades relacionadas con la estética aurática: no hay espacio para lo bello, el genio, la creatividad o lo insondable de la obra. Sólo pura exhibición. Benjamin coloca esta característica de modo indisociable a la reproductibilidad técnica y al valor de exhibición⁴⁰. De hecho, considera que el valor de exhibición convierte a la obra de arte en un objeto con funciones nuevas, de las cuales, la artística es accesoria⁴¹. Muchas veces se ha recolectado que la radio tiene una simple función de acompañamiento cotidiano, sin prestar demasiada atención al grado de virtuosidad o complejidad que se difunda en ese preciso momento. En el contexto del oír, la fantasía de lo lejano desaparece ya que el sonido que sale del parlante está en una cercanía que todo lo abarca.

Como respuesta a la segunda pregunta formulada –¿el valor de culto y el de exhibición, en tanto secuencias de la historia de la recepción, no se hallan subsumidos al valor supremo de la reificación?– podemos argumentar que se vuelve necesario distinguir el modo de producción específico de la difusión radiofónica como una esfera altamente institucionalizada y la recepción de lo que en aquella se origina. La recepción radiofónica, a su vez, ha acelerado

³⁷ *Ibid.*

³⁸ WALTER BENJAMÍN. “Sobre algunos temas en Baudelaire”, *op. cit.*, p. 147.

³⁹ WALTER BENJAMÍN. “El arte en la época...”, *op. cit.*, p. 441.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 442.

⁴¹ *Ibid.*, p. 440.

la yuxtaposición de los contextos de la audición musical. Creo que estos aspectos no han sido tenidos muy en cuenta en los estudios de música popular, sobre todo, en lo que tiene que ver con la dimensión política de la difusión radiofónica. Esto ha acarreado consigo dos consecuencias. Por un lado, en muchos casos se ha caído en una unidireccionalidad incierta, sea en tono apocalíptico, sea en tono más integrador. Por el otro, en pocas ocasiones se ha tomado en consideración las diferencias en el contexto de la recepción radiofónica de la música popular, lo cual toma a la recepción como un hecho homogéneo frente a la marea incommensurable de textos que provienen de la radio. Es como si el oyente no solo es indiferenciable de una masa uniforme, sino que su capacidad de vivir con la radio se resumiera a lo que hace con el texto, sin tomar en cuenta el contexto cotidiano donde la mayoría de las veces acontece la escucha radiofónica. Creo que en éste último punto, la tesis de Benjamin sobre el valor de culto y el valor de exhibición –con sus necesarias reformulaciones a las particularidades de la difusión radiofónica–, puede ofrecer un gran aporte teórico en los estudios empíricos sobre la difusión radiofónica.