



TRANS 15 (2011)
RESEÑAS/ REVIEWS

Micael Herschmann. Indústria da música em transição. São Paulo: Estação das letras e cores, 2010. 179 pp. ISBN: 978-85-60166-37-4

Rose Marie Santini. Admirável chip novo. A música na era da Internet. Rio de Janeiro: E-papers, 2006. 213 pp. ISBN: 85-7650-039-6

Reseña de Héctor Fouce (Universidad Complutense de Madrid)

Cegados, probablemente, por la tormenta de arena de la crisis (económica, pero también política) que afecta a España y a Europa en los últimos años, no nos hemos percatado que la vieja geometría internacional empieza a resquebrajarse. Un país como Brasil, inmenso en su población, en sus recursos y en su diversidad, despierta cada día un poco más como potencia a nivel intelectual. Los congresos internacionales y las publicaciones especializadas están pobladas de investigadores brasileños que manejan aparatos teóricos poderosos, trabajos de campo detallados y excelentes puestas en escena. Los libros que traigo a colación en esta reseña comparten estos rasgos.

En su trabajo *Indústria da música em transição*, Micael Herschmann vuelve sobre los puntos fuertes de una anterior publicación, el libro *Lapa, cidade da música* (2007). Allí se esforzaba por abrir una perspectiva de estudio que abrigue al tiempo los hallazgos teóricos y metodológicos de los estudios culturales y de la economía política de la comunicación. Su estudio, fuertemente apoyado en el trabajo de campo y las entrevistas en profundidad, permite atender al

Los artículos publicados en **TRANS-Revista Transcultural de Música** están (si no se indica lo contrario) bajo una licencia Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 2.5 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y mencione en un lugar visible que ha sido tomado de TRANS agregando la dirección URL y/o un enlace a este sitio: www.sibetrans.com/trans. No utilice los contenidos de esta revista para fines comerciales y no haga con ellos obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/deed.es>

All the materials in **TRANS-Transcultural Music Review** are published under a Creative Commons licence (Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.5) You can copy, distribute, and transmit the work, provided that you mention the author and the source of the material, either by adding the URL address of the article and/or a link to the webpage: www.sibetrans.com/trans. It is not allowed to use the contents of this journal for commercial purposes and you may not alter, transform, or build upon this work. You can check the complete licence agreement in the following link: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/deed.en>



tiempo a las dinámicas de la industria cultural, el papel de las políticas públicas y las tensiones creadas entre lo global y lo local, entre las realidades de la vida comunitaria y las ambiciones de los turistas. El análisis del renacimiento del barrio carioca de Lapa de la mano de los locales de samba y choro pretendía servir de reflexión y ejemplo para futuras políticas culturales que deberían tener en cuenta a los actores locales (Fouce 2008).

Estas mismas ambiciones laten en este nuevo libro, aunque esta vez el objeto de estudio es más amplio y variado y el objetivo académico es más ambicioso. Herschmann recoge elementos de varias de sus investigaciones (los locales de samba de Lapa, el circuito de festivales independientes en Brasil, los videojuegos musicales) en busca de “asumir el riesgo de producir algún nivel de totalidad, buscando apoyar, por medio de una investigación científica de ciencia aplicada, políticas públicas” (p. 153). Si bien es cierto que la primera parte del objetivo, el de dar una visión global que permita entender las nuevas dinámicas de las industrias musicales, está logrado en el libro, se antoja más complicado que de esas visiones de totalidad puedan salir políticas coherentes debido a la muy diversa naturaleza de los objetos de estudio. En especial, el mundo de los videojuegos musicales parece especialmente resistente a toda intervención pública, mientras que tanto los circuitos de salas, como es el caso de Lapa, como los festivales parecen estar más en la órbita de una política cultural que apoye la producción local, la inserción comunitaria y la experiencia del directo.

Este estudio sobre las transiciones de la industria de abre con un capítulo de reflexión teórica programático, titulado “Por una agenda de investigación para la industria de la música”. Este capítulo se cierra evocando a García Canclini, que ha manifestado que la ciencia, en este momento, no puede eximirse de buscar lecturas más estructurales, es decir, menos textuales y fragmentarias (p. 54). Inspirado por esta idea, que enuncia casi a modo de conclusión del capítulo, la agenda de trabajo que propone Herschmann obliga a derribar los muros que, muchas veces de forma artificial, se han erigido entre las escuelas que pretendían aproximarse críticamente al estudio de la comunicación y la cultura. Estos muros han impedido crear un continuo de reflexión que abarque la producción, la distribución, el consumo y las interpretaciones sociales y culturales de la música. Como enfatiza el propio autor, haciéndose eco de las denuncias de Canclini y Bustamante, los estudios sobre la industria cultural son aún incipientes, y si bien hay pocos estudios capaces de decir algo sobre la estructura empresarial de los medios y de su poder ideológico, “hay poquísimas investigaciones con capacidad de evaluar su impacto sobre el consumo y la influencia de esa producción cultural en los comportamientos y en la conciencia

social” (p. 35). Se trata, por tanto, de plantear investigaciones ambiciosas capaces de analizar al tiempo las estructuras y estrategias productivas, la circulación de los materiales culturales y el uso que los públicos hacen de estos, más allá del mero consumo. Claro que estas investigaciones tendrán que afrontar la dificultad de no disponer de datos que digan algo sobre lo que está pasando realmente en el mundo de la música. Citando a Straw, “las estadísticas parecen medir solo los hábitos de consumo de aquellos que continúan comprando música por los canales tradicionales” (Straw 2006, citado en p. 45). Los intercambios en redes P2P, el mercado de segunda mano en Internet o en las tiendas, siguen siendo *terra incognita* para los analistas: sabemos que están ahí, pero no hemos sido capaces de medirlos cuantitativamente.

Además de necesitar datos y de abolir muros disciplinarios y escolásticos, esta nueva agenda de investigación requiere de una redefinición de la propia idea de industria cultural, redefinición no exenta de peligros. Si bien todas las industrias son culturales en tanto se insertan en marcos sociales e interpretativos, ampliar el alcance del concepto de cultura hasta terminar incluyendo prácticamente toda actividad del sector servicios (como hacen ciertas definiciones de las industrias creativas) termina eliminando la especificidad de los elementos no económicos de la cultura y erosionando la diversidad cultural.

La nueva centralidad de la música en vivo

Las redefiniciones conceptuales dejan paso a la reorganización de los elementos del negocio musical en el segundo capítulo: “Negocios emergentes: el éxito de los conciertos en vivo y las perspectivas para el negocio discográfico”. Los nuevos negocios musicales se ligan a experiencias espectacularizadas y valorizadas por los consumidores (p. 12) y este aserto ha cambiado radicalmente la industria musical, marcada durante décadas por la centralidad de la grabación. Este lugar pivotal sigue funcionando en tanto en cuanto los músicos siguen concibiendo las canciones a partir de su grabación, pero la economía musical ya no depende de vender muchos discos, una producción a gran escala que descansaba en asumir el fracaso como parte del negocio: se producían muchos discos en el convencimiento de que alguno sería un gran éxito y sufragaría las pérdidas de los discos no exitosos. Ahora que el negocio musical se ha hecho más complejo, y se basa en una estructura de nichos y de “larga cola” (Anderson 2005), parte de los problemas de la industria musical están ligados a que los gestores no son capaces de ver el nuevo paradigma productivo (p. 73) o simplemente se permiten ignorarlo (Lasica 2006).

La vieja cultura de la reproducción ha sido sustituida por una demanda constante de

innovación (Corsani 2003 citado en p. 67). En un mundo en el que “las señales de recuperación de la industria de la música están relacionados con la experiencia sonora presencial” (p. 83), en el que la economía se basa en la comodificación de la experiencia (Pine y Gilmore 1998) y en el que las comunidades, ahora más inestables que nunca, se basan en lo emocional y lo sensorial (Maffesoli 1987, citado en p. 79), el sentido social de consumir y manejar música ha cambiado radicalmente. El proceso de industrialización de la música a lo largo del siglo XX fue un camino hacia la individualización de la experiencia musical, pero ahora la experiencia musical es más comunitaria que nunca, sean esas comunidades virtuales o presenciales. Además, la digitalización ha hecho que la propia composición musical cambie su foco de la creación al procesamiento (Frith 2006, citado en p. 115), arrastrando consigo la idea romántica de autoría, tal y como han analizado Furini (2010), Mc Granahan (2010) y Maloy (2010).

Este segundo capítulo finaliza con un análisis del boom de los videojuegos musicales, presentado parcialmente por Herschmann en esta misma revista (Herschmann 2010). La experiencia de la música se vuelve aquí interactiva en muy variados sentidos: lo sonoro ya no viene dado, sino que hay que producirlo (ese es en sí mismo el sentido de un juego como, por ejemplo, *Guitar Hero*). Esta experiencia de “hacer música” puede ser una iniciación hacia el uso de instrumentos reales, una inmersión de laboratorio en la dinámica del artista de música popular. Algunos juegos permiten competir o colaborar con otros, haciendo el juego grupal. Y, como señala Herschmann, la inclusión de una canción en uno de estos juegos puede suponer buenos ingresos en forma de derechos para los músicos, además de aumentar las ventas de su música (aunque no es posible generalizar, el grupo estadounidense Fall Out Boy vendió 70.000 discos en una semana después de que una canción suya se colase en el videojuego *Tony Hawk’s American Wasteland*).

La centralidad del directo en el nuevo rumbo de la industria musical es analizado en el capítulo tercero, “Vamos a los conciertos”. Herschmann recoge aquí algunas de las reflexiones que articularon su estudio de la samba y el choro en el barrio de Lapa, en especial el papel de los pequeños emprendedores locales que sustituyen la iniciativa pública. En su nueva visita al barrio, el autor reflexiona sobre algunos problemas generados por el éxito de la iniciativa: la amenaza de la gentrificación, la falta de apoyo público a las iniciativas más ligadas a asegurar la diversidad cultural o la limitación de los mecanismos de representación de los implicados en el territorio.

La segunda parte del capítulo ofrece un panorama del naciente circuito de los festivales independientes en Brasil (un trabajo pendiente de hacer en España, que tendría interesantes repercusiones tanto en el plano económico como en el cultural). Los independientes no son los

únicos que se han dado cuenta de la importancia de los festivales, y las grandes marcas se han lanzado a patrocinar eventos multitudinarios, cuyo ejemplo, bien conocido también en España, es Rock in Río: artistas multivendedores, público diverso y masivo, escasa coherencia estética y enormes oportunidades de consumo en el recinto del festival. Frente a esta apuesta por la marca, los festivales independientes venden actitud (p. 138). Si los grandes festivales juegan sobre seguro y apuestan por el presente, los festivales independientes brasileños se caracterizan por mirar hacia el futuro. Y, de forma muy significativa, se van cortando las pasarelas entre lo masivo y lo indie, en un fenómeno de desaparición de las “clases medias” que el libro no analiza pero que, desde mi punto de vista, es una de las consecuencias silenciadas de la crisis de la industria musical. Hace unos años, el éxito de un festival se medía en su capacidad de lanzar a una banda a la órbita de una *major*: en la actualidad, las propias bandas no parecen estar interesadas en firmar con las grandes.

El éxito de los festivales independientes es un gigante con pies de barro; si no hay una gestión muy ajustada, un festival puede ser flor de un día, debido precisamente a su independencia de los poderes públicos y de los patrocinios. El éxito, llenar las plateas, depende del cartel y este depende del presupuesto, en buena medida asegurado por la afluencia de público, en una serpiente que se muerde la cola malévolamente.

En las conclusiones, Herschmann constata la ruptura de la cadena de valor que ha estructurado la música popular a lo largo del pasado siglo. Los públicos no parecen dispuestos a pagar, al menos no a los precios actuales, y los músicos van asumiendo que sus ingresos vendrán sobre todo del directo. Al tiempo, la circulación de su música en Internet, al tiempo que acaba con el mercado de grabaciones, asegura la formación y la renovación del público (p. 157).

Frente a los agoreros que predicán el fin de los intermediarios, los diversos ejemplos analizados por Herschmann en este libro remiten a un panorama diferente, caracterizado por la aparición de nuevas labores de mediación. El festival intensifica el intercambio entre bandas y público, ayudando a solidificar escenas (p. 144). El videojuego permite conocer nueva música y entrar en el universo simbólico de los estilos y los géneros desde la experiencia de la interactividad. Surgen nuevos modelos de negocio que apuestan por salir al encuentro del público. De ahí que, como señala sabiamente el brasileño, “las empresas, grandes y pequeñas, invierten en legitimar la reintermediación: hay nuevas formas y diferentes grados de mediación en las relaciones de producción de los bienes culturales” (p. 160).

Una vez más, el trabajo de Herschmann se asienta en dos vigorosos pilares: una

perspectiva teórica integradora bajo la que late una notable ambición intelectual y un excelente conocimiento de las realidades de las que habla, producido por el trabajo de campo. Este libro merece ser leído en busca de inspiración para nuevas investigaciones pero también como diagnóstico de un entorno especialmente problemático que, casi seguro, marcará las tendencias de la cultura (no sólo de la industria cultural) en los próximos años.

El mismo Micael Herschmann presentaba unos años antes el libro de Rose Marie Santini *Admirável chip novo*, en el que venía a hacer un análisis de los procesos de producción, difusión y consumo de la música digital, a modo de balance. El libro fue producido en la época de auge de los programas P2P como Kazaa y Gnutella, que provocó la embestida legal de los lobbies de la industria cultural norteamericana contra sus usuarios díscolos. Leer este libro antes o después del análisis de la transición de la industria musical ya en la segunda década del siglo merece la pena porque da una visión global que a veces se nos escapa. La tecnología, y con ella los usos y las dinámicas culturales, cambian tan rápido y fascinan de manera tal que a veces nos olvidamos de cómo eran las cosas hace muy poco tiempo. También nos olvidamos de las expectativas creadas, unas veces refrendadas y otras defraudadas. Por eso, a veces vale la pena una mirada retrospectiva. El conocimiento no es sólo actualidad.

Si bien las historias pueden ser conocidas y los datos ya no son actuales, el libro de Santini tiene el valor añadido de dar voz a los protagonistas de los procesos de cambio de la industria musical: músicos, productores, ejecutivos, políticos, oyentes... Es más que posible que muchos se ruboricen al ver cuáles eran sus puntos de vista tan sólo un lustro atrás (para eso sirven básicamente las hemerotecas). O al percatarse de las oportunidades que pasaron a su lado y que dejaron correr. Como señala Santini (p. 86), en 2001 se publicó un estudio que estimaba que los usuarios compartían en Napster más de 2 billones de archivos musicales. Una vez cerrado Napster, los dueños de Kazaa propusieron a la industria un acuerdo: la empresa cobraría una tasa a sus usuarios (un dólar mensual) a cambio de una licencia general por el uso de todo el material de las industrias culturales. Un estudio estimaba que la ganancia para la industria podría ser de 2 billones de dólares al año. La RIAA, la patronal de las discográficas, consideró "ridícula" la oferta (p. 93-4). Hoy, grandes compañías de antaño como EMI languidecen esperando una oferta de compra que no suponga regalar las joyas de la corona. El fundamentalismo y la incompreensión de la industria de la música hacia las nuevas formas de consumo que Herschmann documenta hoy vienen de lejos.

Pero el tiempo no ha logrado convertir las incertidumbres en certezas. En 2000, Andy

Grove (2000, citado en Santini p. 97), fundador de la compañía Intel, señalaba que “estamos atravesando el mayor periodo de creación de riqueza desde el Renacimiento, pero es preciso que nos preguntemos si estamos creando valor” (cit. en p. 97). Posiblemente esta es una de las grandes incógnitas de la era digital: cómo convertir las tecnologías en negocios. Habría que decir que la otra gran contradicción la ha señalado Lessig (2005: 121) en su apología de los límites de la propiedad intelectual: cada vez es más fácil hacer cosas con la tecnología, pero cada vez es más complicado hacerlas legalmente. Es precisamente esta tensión entre las dinámicas pasadas y las presentes, las continuidades, rupturas y recurrencias las que una lectura conjunta de ambos trabajos permite reconstruir.

Referencias

Anderson, Chris. 2005. “The long tail”. Wired

http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail_pr.html [Consulta: 17/06/2011].

Corsani, Antonella. 2003. “Elementos de uma ruptura: a hipótese do capitalismo cognitivo”. En *Capitalismo cognitivo*, Giuseppe Cocco et al. Río de Janeiro. DP&A.

Fouce, Héctor. 2008. “Reseña de Micael Herschmann *Lapa, cidade da música*”. *Telos* 76.

Frith, Simon. 2006. “La música pop”. En *La otra historia del rock*, Simon Frith et al. Barcelona: Robinbook.

Furini, Daniela. 2010. “From recording performances to performing recordings. Recording technology and shifting ideologies of authorship in popular music”. *TRANS-Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review* 14 [Consulta: 10/07/2011].

Grove, Andy. 2000. “Harvard discute a Internet”. *Folha de Sao Paulo*, 9/06/2000, p. E19.

Herschmann, Micael. 2010. “Uma nova indústria da música ‘mostra a sua cara’: relevância socioeconômica dos videogames musicais”. *TRANS-Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review* 14 [Consulta: 10/07/2011].

Herschmann, Micael. 2007. *Lapa, cidade da música*. Río de Janeiro: Mauad.

Lasica, J. D. (2006) *Darknet. La guerra de las multinacionales contra la generación digital y el futuro de los medios audiovisuales*. Madrid: Nowtilus.

Lessig, Lawrence. 2005. *Por una cultura libre*. Madrid: Traficantes de sueños.

Maffessoli, Michel. 1987. *O tempo das tribus*. Río de Janeiro: Forense Universitaria.

Maloy, Liam Adam. 2010. "Staying alive in da club. The illegality and hipereality of mashups". IASPM Journal 1 (2). http://www.iaspmjournal.net/index.php/IASPM_Journal/article/view/372 [Consulta: 10/07/2011].

Mc Granahan, Liam. 2010. "Bastards and Booties: Production, Copyright, and the Mashup Community". TRANS-Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review 14 [Consulta: 10/07/2011].

Pine, Joseph y Gilmore, James. 1998. "Welcome to the economy of experience". Harvard Business Review, July-August 1998.

Straw, Will. 2006. "El consumo". En *La otra historia del rock*, eds. Simon Frit *et al.*, 87-112. Madrid: Robinbook.

Cita recomendada

Fouce, Héctor. 2011. Reseña de "Micael Herschmann: Indústria da música em transição" y de "Rose Marie Santini: Admirável chip novo. A música na era da Internet". *TRANS-Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review* 15 [Fecha de consulta: dd/mm/aa]