

UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
Tesis Licenciatura en Sociología

**Cultura de consumo:
consumo musical de los jóvenes uruguayos: el pasaje a
gustos omnívoros y democráticos**

Maida Juni

Tutora: Rosario Radakovich

2015

Contenido

Resumen	2
Presentación del tema	2
Marco Teórico	5
Estado del Arte:	14
Objetivos	16
Estrategia Metodológica:	17
¿Omnivoridad o democratización?	19
Principales Influencias: las trayectorias del gusto musical.....	19
Algunos géneros están de moda.....	20
La influencia familiar.....	22
¿Cómo definen los jóvenes los géneros musicales que escuchan?.....	23
El juego de la tolerancia.....	27
El consumo musical de los jóvenes uruguayos también es Cosmopolita.....	29
¿Podemos hablar de Omnivoridad?.....	30
Función y usos.....	36
Momentos.....	45
Tácticas de consumo y prácticas culturales.....	48
Conclusiones	52
Bibliografía	58
Anexos	60
Comparación con estudios anteriores: diferencias y similitudes.....	60

Resumen

Este trabajo analiza los gustos musicales de los jóvenes en relación al sector social de pertenencia. En términos teóricos se propone estudiar los gustos musicales de los jóvenes analizando la Teoría de Omnivoridad (Peterson y Kern) y la Homología estructural (Bourdieu). La investigación presenta un enfoque cualitativo, a partir de entrevistas en profundidad y grupos de discusión, realizados en un marco de tres Instituciones Educativas de nivel Secundario localizadas en diferentes barrios de la ciudad de Montevideo.

Entre los resultados se destaca que el consumo musical de los jóvenes uruguayos en la actualidad está influenciado por dos grandes factores: la procedencia familiar, como una condición estructural, y la moda, como un fenómeno coyuntural. Dichas influencias son vistas como una trayectoria que comienza en las transmisiones culturales familiares y culmina en la internacionalización de los gustos musicales. Sin llegar a un estado de omnivoridad absoluta, la apertura cultural se hace visible en un consumo democrático, con jóvenes que escuchan “*de todo un poco*”. Sin embargo, todavía quedan géneros estigmatizados cuya apropiación necesita de justificaciones prácticas, interpelando así las condiciones de total tolerancia asociadas a la omnivoridad.

Presentación del tema

Varios estudios previos de comportamiento y consumo cultural (Achugar et al: 2002, Dominzain et al: 2009 y 2014) revelan el continuo proceso de cambio al que el gusto musical de la población uruguaya se encuentra sujeto, coincidiendo en que los jóvenes en Uruguay son los que presentan tasas más altas de participación en actividades culturales, particularmente aquellas relacionadas con la música.

Los estudios sobre el consumo cultural muestran que las diferencias en los gustos musicales de la población y la posterior apropiación de la música como bien cultural se debe en parte a la estratificación social ya existente. Sin embargo, los jóvenes se muestran como el rango etario en el que el gusto musical parecería ser bastante homogéneo en consideración a otras franjas etarias de análisis.

Dentro de este marco, el presente trabajo se propuso analizar los gustos musicales de los jóvenes en relación al sector social de pertenencia. En términos teóricos se propone estudiar los gustos musicales de los jóvenes analizando la Teoría de la Omnivoridad (Peterson y Kern) y la homología estructural (Bourdieu).

Varias son las interrogantes que se pretendieron responder con respecto a la relación entre los gustos musicales y el sector social de pertenencia de los jóvenes que residen en el departamento de Montevideo. ¿Cuáles son las principales influencias que condicionan el gusto musical de los jóvenes?, ¿El gusto musical está relacionado con el sector social de pertenencia?, ¿Podemos hablar de un consumo musical omnívoro?, ¿Cuál es la trayectoria tipo del gusto musical?, ¿Cuáles son las actividades relacionadas con la música más populares entre los jóvenes? ¿Cuáles son los principales momentos en los que escuchan música? ¿Existe una

relación entre identidad y gusto musical? ¿Cuál es la importancia que los jóvenes le adjudican a la música? ¿Cuáles son las funciones que la música cumple? ¿Qué tipo de usos le dan? ¿Cuáles son las tácticas más populares que los jóvenes emplean para su propio consumo musical? ¿Cómo son definidos los géneros musicales?.

Para responder las preguntas se parte del supuesto de un campo cultural estratificado que tiene como consecuencia un acceso desigual en lo que respecta a los distintos bienes culturales. Como afirma R. Radakovich en los últimos años los mecanismos de diferenciación social y distinción cultural se encuentran generando una diferencia cultural que se caracteriza por una distinta apropiación de bienes y servicios culturales (Radakovich; 2011).

El consumo musical permite relacionar la música como un arte que responde a una lógica de distinción y de apropiación de determinada clase social, al mismo tiempo que también se presenta como una apropiación que se ha vuelto más variada y tolerable, es decir, un consumo más omnívoro. De esta manera no sólo se relaciona el consumo musical con los estilos de vida sino que también se analiza a partir de la evolución de las preferencias musicales mostrando un panorama acerca de los principales gustos y preferencias musicales que caracterizan a los jóvenes en la actualidad.

Este trabajo se desarrolla a partir de la siguiente estructura: en el capítulo central llamado “**¿Omnivoridad o democratización?**” se analizan los gustos musicales de los jóvenes por un lado a partir de la propuesta teórica de Bourdieu y los gustos de clases, mientras que por otro lado a partir de la teoría de la omnivoridad y el pasaje de los gustos musicales “snobs” a los “omnívoros”. Para ello se dividió el capítulo en secciones temáticas que ayudan a debatir ambas teorías para finalmente posicionar teóricamente el consumo musical de los jóvenes uruguayos. En la primera sección se trataron los siguientes temas: “Principales influencias: las trayectorias del gusto musical”; “¿Cómo definen los jóvenes a los géneros musicales que escuchan?”; “El juego de la tolerancia”; “El consumo musical de los jóvenes uruguayos también es cosmopolita”; y por último “¿Podemos hablar de omnivoridad?”; la segunda sección está conformada por: “Función y Usos”, “Momentos, y por último “Tácticas de consumo y prácticas culturales”.

En primer lugar, en “Principales influencias: las trayectorias del gusto musical” se demuestra cómo al analizar la trayectoria que cada joven transita con respecto a sus gustos musicales, la familia aparece como el primer condicionante fundamental en influenciar el desarrollo sus preferencias, aunque no en todos los casos. Al continuar en la línea que siguen las trayectorias también se muestran las influencias posteriores a la familia, la de los amigos y de la moda, que expresa el auge de determinados géneros musicales según las épocas. Dentro de este marco, se destaca la relevancia de los gustos musicales de los jóvenes, expresando y distinguiéndose a partir de determinados estilos de vida.

Específicamente, en la sub-sección “Algunos géneros están de moda” se presenta por un lado, los géneros que fueron considerados más populares entre los jóvenes que concurrían a las tres instituciones; mientras que por otro lado se presentan aquellos que no son tan populares. Esto se complementa con la descripción de los elementos en que los jóvenes se afirmaron para definir sus géneros favoritos y los no favoritos.

En tercer lugar, en “¿Cómo definen los jóvenes a los géneros musicales que escuchan?” se desarrollan las definiciones de algunos géneros musicales en palabras de los estudiantes.

En cuarto lugar, en “El juego de la tolerancia” se debaten los márgenes de tolerancia en los que oscila el consumo musical de los jóvenes uruguayos, mostrando la cara del “disgusto” y las razones que lo provocan generando una mayor intolerancia.

En quinto lugar, en “el gusto musical también es Cosmopolita” se muestra brevemente la influencia global y extranjera sobre los gustos musicales de los jóvenes.

Por otro lado, en “Función y Usos” se establecen las razones por las que los jóvenes deciden escuchar música, y los usos que éstos le dan. Anexamos a esta sección una dimensión llamada “**Identidad**” debido a que se analiza aquí específicamente la relación entre la identidad y las preferencias musicales de los jóvenes, así como también el papel que juega la música en la personalidad de dichos individuos. Se plantea como los jóvenes utilizan sus géneros favoritos para auto-identificarse y como éstos también son usados por el resto de las personas para identificarlos.

Como lo establece el nombre de la sección, en “Momentos” se presentan los momentos más “populares” en la que los jóvenes prefieren escuchar música; lo que refiere al contexto, al ámbito, y al ánimo.

Por último, en “prácticas y tácticas de consumo” se presenta por un lado, los medios más populares que los jóvenes emplean para consumir música; y por otro lado, las prácticas relacionadas con la música que también presentan hoy en día una mayor popularidad entre la población joven.

El trabajo se realizó a partir de una aproximación metodológica de corte cualitativo, en donde se realizaron entrevistas y grupos de discusión en tres instituciones educativas de nivel secundario localizadas en diferentes barrios de la ciudad de Montevideo.

Marco Teórico

Para desarrollar de forma más organizada los distintos abordajes teóricos que se utilizaron en este trabajo el marco teórico se dividirá en dos partes: en primer lugar se presentarán las corrientes teóricas que constituyen el fuerte del trabajo y de su objetivo principal; en segundo lugar se presentarán los planteos teóricos que se ajustan a los objetivos específicos del trabajo

Gustos y Consumo Cultural

Para poder comprender los gustos musicales y mejor dicho el consumo musical como un consumo que refleja el estilo de vida y por tanto la clase social a la que pertenecen los jóvenes, el trabajo se afirmará y específicamente en el concepto de “**habitus**” propuesto por Pierre Bourdieu y en la Homología estructural presente en su obra “**La distinción**”.

Bourdieu define al habitus como "sistemas de disposiciones duraderas, estructuras estructuradas predisuestas para funcionar como estructuras estructurantes" (Bourdieu; 1979:175). Cada individuo presenta un habitus de clase que puede asemejarse con el habitus de otra persona que presente un habitus de clase similar. En palabras de Bourdieu: "...el habitus es a la vez, en efecto, el *principio generador* de prácticas objetivamente enclasables y el *sistema de enclasamiento (principium divisionis)* de esas prácticas. Es en la relación entre las dos capacidades que definen al habitus –la capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos (gusto)- donde se constituye el *mundo social representado*, esto es, el *espacio de los estilos de vida*." (Bourdieu; 1979: 200). En base a dicha cita, se ve como el habitus no solo produce prácticas que generan un enclasamiento sino que también en esas prácticas es donde se refleja el gusto, constituyendo y representando el estilo de vida de la persona; "...habitus como fórmula generadora que permite justificar simultáneamente las practicas y los productos enclasables, y los juicios, a su vez enclasados, que constituyen a estas practica y a estas obras en un sistema de *signos distintivos* (Bourdieu; 1979: 200). De esta manera se comprende el por qué de las diferencias sociales existentes y como éstas han pasado también al plano cultural abarcando los gustos musicales y consecutivamente el consumo musical. El habitus de clase es el principio que genera las distintas prácticas que responden a un particular estilo de vida, principio que genera prácticas y objetos enclasantes. Como establece Bourdieu: "...la identidad social se define y se afirma en la diferencia" (Bourdieu; 1979: 201), lo cual también se aplica a nuestro tema ya que los diferentes gustos musicales y las diferentes tácticas de consumo se encuentran ligadas al habitus de la persona, a su estilo de vida, el consumo musical pasa a afirmar esas diferencias y es por ello que juega un papel importante a la hora que cada joven se identifique.

La apropiación de distintos productos culturales como lo es la música varía de una clase social a otra como producto del gusto y éste del estilo de vida: "El gusto, propensión y aptitud para la apropiación (material y/o simbólica) de una clase determinada de objetos o de practicas enclasadas y enclasantes es la fórmula

generadora que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas” (Bourdieu; 1979: 203).

La idea que presenta al consumo cultural, y por tanto al consumo musical como reflejo del estilo de vida de las personas y preferentemente como un consumo distintivo (de lujo) y no de necesidad, se fundamenta a través de la siguiente cita: “*Si entre todos los universos de posibles no existe ninguno como el universo de los bienes de lujos y, entre estos, de los bienes culturales, que parezca tan predispuesto para expresar las diferencias sociales, es porque la relación de distinción se encuentra objetivamente inscrita en él y se vuelve a activar, se sepa o no, se quiera o no, en cada acto de consumo, mediante los instrumentos de apropiación económicos y culturales que la misma exige.*” (Bourdieu; 1979: 265). La apropiación de bienes culturales si bien se distribuye según las clases sociales de pertenencia, se nos presenta como bienes de lujo y de distinción a la cual no todas las personas cuentan con el mismo acceso, apropiación que refleja el estilo de vida. El habitus genera prácticas enclasantes al mismo tiempo que las afirma, es en dicho concepto en donde se encuentra definido el gusto de las personas, demostrando cada estilo de vida en particular y condicionando por tanto los consumos de las mismas. El consumo musical de los jóvenes constituye una práctica cultural y específicamente un consumo a través del cual se traducen y se muestran los distintos gustos que se ven justificados por los estilos de vida. Cabe mencionar que los gustos similares son producto de personas que presentan un habitus, un estilo de vida parecido, “El gusto es lo que empareja y une cosas y personas que van bien juntas, que se convienen mutuamente.” (Bourdieu; 1979: 282), mediante el gusto los habitus presentan afinidad con otros habitus.

Las prácticas y experiencias culturales de una persona, dadas en nuestro caso a través del consumo musical, se encuentran determinadas (como establece Bourdieu) por el “entorno” del cual el individuo forma parte, de su lugar de residencia, de la familia que lo rodea así, el consumo musical de la persona justifica y reafirma el habitus de la persona al mismo tiempo que se encuentra condicionado por éste. El gusto y las condiciones de existencia se encuentran estrechamente relacionados.

Por otro lado, el planteo de **Peterson y Kern** y su concepto de *omnivoridad* permite explicar aquellos gustos musicales de los jóvenes que se alejan del esquema mono legitimista que plantea la distinción entre la alta cultura y la cultura popular, es decir, en el cual los gustos dependen de la clase social de pertenencia, tendiendo a la clase alta como aquella clase que se distingue por el consumo de las finas artes. La teoría de la omnivoridad plantea a grandes rasgos que en este momento la distinción se da a partir de la apertura de las preferencias culturales.

Richard Peterson y Roger Kern establecen que las personas con un estatus elevado han pasado de gustos y consumos pretensiosos a gustos y consumos omnívoros, que se deben entre otras cosas a los cambios en la en la estructura social y a la dinámica mundial del arte. Para los autores cada vez más estamos pasando “...*from snobbish exclusion to omnivorous appropriation*”. (Peterson; 1992: 900); como define el autor los

snob se caracterizan por no tener gustos, y por no participar en actividades vulgares y populares, sino distinguidas e intelectuales, mientras que omnívoro sería una persona a la cual le tanto lo vulgar como lo distinguido, esto lo afirmamos mediante la siguiente cita: “*Among the highbrows, the snob is one who does not participate in any lowbrow or middlebrow activity (Levine 1988), while the omnivore is at least open to appreciating them all.*” (Peterson; Kern; 1996:901).

Cabe mencionar que en el caso de la música como ellos plantean “Highbrow is operationalized as liking both classical music and opera...” (Peterson; Kern; 1996:900) mientras que los gustos no intelectuales y más populares se encuentran constituidos por country music, rock, blues, entre otros. Con lo que respecta a los gustos musicales medios, éstos se encuentran constituidos por grandes bandas musicales, y músicas sencillas y no complicadas, etc.

El concepto de **omnivoridad** es fundamental para explicar un consumo musical de los jóvenes que si bien puede presentar diferencias según la clase social de pertenencia, se caracteriza por ser un poco más abierto, es decir, gustos que pueden reiterarse sin importar el origen social en palabra de los autores: “*As we understand the meaning of omnivorous taste, it does not signify that the omnivore likes everything indiscriminantly. Rather it signifies an openness to appreciating everything.*” (Peterson; Kern; 1996:904)

La música como objeto de estudio

En primer lugar se desarrollará el concepto de música y de la función de ésta propuesto por Hebert Spencer en su obra “Origen y función de la música” dado que para tratar el consumo musical es preciso definir tanto el origen y la función de nuestro objeto de estudio: la música

Con respecto al origen Spencer establece que la música provoca y despierta sensaciones: “*A todos nos sucede que al oír una música que nos agrada muy en particular nos sentimos inclinados a llevar su compás con la cabeza ó con el pie.*” (Spencer; 1867: 338); Spencer establece que todo tipo de sensaciones o sentimientos se expresan primero mediante la excitación mental y luego mediante la excitación muscular, “*Todos los sonidos vocales se producen por intermedio de ciertos músculos. Estos músculos, en común con los del cuerpo todo, se excitan á contracción por sentimientos placenteros ó penosos. Y por esto es por lo que los sentimientos se demuestran en sonidos tan bien como en movimientos.*” (Spencer; 1867:341).

El origen de la música se manifiesta en una primera instancia en la mente y luego en el cuerpo causando una reacción muscular que lleva a sentir placer, lo cual manifiesta la función que la música cumple en nosotros, es por ello que sentirse más afín con un género musical que con otro, el gusto musical se produce a partir del placer que determinadas canciones generan. “*...la música vocal, y por consecuencia toda música, es una idealización del lenguaje natural de la pasión. Si la música arranca de las modulaciones de la voz humana bajo la emoción, es consecuencia natural que los tonos de esta voz llaman más que otros á nuestros sentimientos, y se consideran más hermosos que los otros.* (Spencer; 1867: 361). La música es un producto

de la civilización que tiene la función de “...además del placer directo que proporciona, la música tiene el efecto indirecto de desenvolver ese lenguaje de las emociones (Spencer; 1867: 364). Los individuos sentimos placer al escuchar determinada música, y son aquellas pasiones y sentimientos lo que definirán y determinarán las preferencias musicales

En segundo lugar, nos valdremos del concepto de **consumo ostensivo** propuesto por Veblen en su obra “**La teoría de la clase ociosa**” en dos aspectos: por un lado con el fin de mostrar que si bien hoy en día el consumo musical se ha extendido a todas las clases sociales, el consumo y las prácticas culturales se encuentran **asociadas a la clase de pertenencia** de las personas; mientras que por otro lado utilizaremos dicho concepto con el fin de demostrar que el consumo musical cobra relevancia y se encuentra atado al ocio y al tiempo que le es adjudicado a éste.

En “La teoría de la clase ociosa” Veblen establece como la riqueza ya no es solamente símbolo de honor y prestigio de la persona, sino que ahora el ocio se ha transformado también símbolo de respeto, de reflejo de las riquezas, ocio “Significa pasar el tiempo sin hacer nada productivo: 1) por un sentido de la indignidad del trabajo productivo, y 2) como demostración de una capacidad pecuniaria que permite una vida de ociosidad”. (Veblen; 1899: 50). En este sentido vemos como el consumo cultural era realizado por la clase ociosa dado que hoy cuando nos referimos a un tipo de consumo cultural hablamos de la práctica de algún tipo de arte, de la asistencia a diversos espectáculos, de la música que las personas escuchan, etc, y en este caso mediante ésta cita vemos como las artes, la música, eran prácticas ociosas, propias de la clase ociosa, constituyendo por lo tanto un consumo ostensible. Las personas consumían ocio y practicaban actividades ociosas para demostrar su prestigio, para aumentar su fama. Como establece Veblen: “Este valor .directo, subjetivo, del ocio y de las otras demostraciones de riqueza es, en gran parte, sin duda, secundario y derivado. Es, en cierta medida un reflejo de la utilidad del ocio como medio de conseguir el respeto de los demás...” (Veblen; 1899: 45).

En suma, se puede afirmar que antes siempre se asociaban las distintas prácticas culturales y por ende el consumo cultural a determinadas clases. Bajo el planteo de Veblen la música como arte también era consumida por aquellas personas que se encontraban en posición de hacerlo, por tener tiempo ocioso y por contar con los recursos para hacerlo, era símbolo del tiempo libre que gozaban las personas que poseían la riqueza suficiente como para no realizar ninguna actividad productiva.

En tercer lugar y para tratar el concepto de identidad y la relación que el gusto musical presenta en base a tal concepto el trabajo se afirma por un lado en el planteo de Gilberto Giménez mediante el cual definiremos el concepto de Identidad, mientras que por otro lado nos valdremos del planteo teórico de Dick Hebdige a modo de comprender como la música pasa a ser un elemento de identificación de la persona como consecuencia de los estilos y formas de vivir de las cuales la propia música nos sirve.

El autor define a la identidad como una “**construcción intersubjetiva**, es decir, una identidad que se da a partir de la interacción con las otras personas: “...*la identidad emerge y se afirma sólo en la medida en que se confronta con otras identidades en el marco de la interacción social*” (Giménez; 1992: 188). Además para el autor el concepto de “diferencia” es de gran importancia ya que va sujeto al concepto de identidad “...*el proceso de auto-identificación consiste fundamentalmente en un proceso de toma de conciencia de las “diferencias”*” (Giménez; 1992: 189).

Dicho planteo resulta pertinente en el momento de emplear el concepto de identidad dentro del marco del consumo musical realizado por los jóvenes ya que como plantea Giménez la identidad es una construcción dada a partir de la interacción con los otros y qué ésta también se construye cuando logramos captar las diferencias que presentamos en relación al resto de las personas ya que las preferencias musicales se nos presentan como una de las cosas que refleja y afirma la identidad de la persona, los jóvenes se autoidentifican a sí mismos mediante varias cosas dentro de las cuales se encuentra el gusto por la música, el cual forma parte de la identidad ya que no todas las personas presentan las mismas preferencias musicales, éstas son objeto de diferencia entre los jóvenes por lo cual estarían ayudando a su auto-identificación. Giménez plantea, valiéndose de las teorías de Melucci y Pizorno, el hecho de que la toma de decisiones pasan por la identidad, el individuo toma sus decisiones y actúa a partir de su identidad; “...es posible imputar un determinado tipo de identidad a un actor social a partir de la observación de ciertas características de su acción (sus preferencias, sus fines, sus estrategias, su estilo, etc)...” (Giménez; 1992:193). Esto es de suma importancia ya que las preferencias musicales que conducen a un consumo musical en particular constituyen una de las acciones mediante las que se ve y en la que se refleja la identidad de la persona, el gusto musical se encuentra cargado de identidad.

Por otro lado, el planteo teórico de Dick Hebdige parece ser el más acertado para analizar de alguna manera la relación de identidad y música de manera que resulta increíble como el concepto de estilo y de subcultura se ajusta a los fenómenos que el consumo musical genera en algunos casos.

El autor plantea que la música y los distintos géneros musicales surgen a partir de la realidad social en un tiempo y espacio determinado, en consecuencia la música pasa a ser un producto o más bien un elemento o recurso que es apropiado por un grupo de personas y que en aquellos casos radicales si es que podemos así llamarlos dan paso al fenómeno de la **subcultura**, es decir, en un grupo o alternativa cultural dentro de la matriz cultural dominante en un determinado momento. En otras palabras, las subculturas representan una identidad alternativa que implica determinadas pautas de comportamiento, una estética diferente, entre otras cosas. Ahora bien, no podemos hablar de subculturas sin hablar de estilos, para el autor el estilo es una forma de comunicar una identidad alternativa “The subcultural stylistic ensembles –those emphatic combinations of dress, dance, argot, music, etc- bear approximateley the same relation to the more conventional formulae...” (Hebdige; 1979: 01).

Además como establece el autor, no hay subcultura sin estilo ya que ambos se nutren mutuamente “The communication of a significant difference, then (and the parallel communication of a group identity), is the point behind the style of all spectacular subcultures” (Hebdige; 1979: 102).

Ahora bien, el planteo Dick resulta de suma importancia para comprender las distintas combinaciones que la relación que la música tiene con respecto a la identidad de los jóvenes uruguayos. La música presenta y fomenta una pauta de estilos de vida que cuando se tornan muy evidentes y hasta en algunos casos masivos pasan a ser llamados subculturas, claro es el ejemplo de los punks, los rollings, los planchas, los cuales pasaron a ser llamados subculturas por el carácter de grupo masivo que presentaron o que presentan en la actualidad; es importante porque ello muestra como la música puede llegar tan adentro de la identidad de la persona hasta el punto que solo el estilo que ella promueve es el estilo de vida que la persona desea llevar. De esta manera, la música presenta un doble espacio dentro de una subcultura: como producto y como disparador de las mismas, esto es, en algunos casos el grupo la toma como base para su surgimiento y luego como un elemento de distinción de esa identidad individual que nos intentan demostrar mediante el estilo de vida en el que se afirman y el cual promueven.

En quinto lugar, para analizar las prácticas que se desprenden para el consumo musical el trabajo se afirmará en el planteo de De Certeau, que si bien distingue entre dos tipos de prácticas: estrategias y tácticas, nosotros solo nos centraremos en el último concepto. Sin embargo debemos mencionar que en el marco de su estudio acerca de las relaciones de poder y dominación, señala que la estrategia se define como una práctica desarrollada por aquellos que se encuentran en posiciones de poder, desde las cuales tienen la capacidad de definir la realidad y las acciones que deben realizarse consecuentemente (de Certeau, 1980), mientras que define como **táctica** como aquellas que se distinguen por ser prácticas que son elaboradas e implementadas por actores que no disponen del mismo poder que los que desarrollan las estrategias De Certeau define como “táctica” a aquel cálculo que no puede contar con un lugar propio a diferencia de la estrategia, la táctica “No dispone de una base donde capitalizar sus ventajas, preparar sus expansiones y asegurar una independencia en relación con las circunstancias” (De Certeau; 1980: L), la táctica se funda en la lógica de aprovechar la “oportunidad”, “...la táctica depende del tiempo, atenta a “coger al vuelo” las posibilidades de provecho” (De Certeau; 1980: L) Los jóvenes al consumir la música emplean tácticas para ello dado que en el marco de un mercado musical que pautan los géneros musicales que pueden consumirse a partir de determinados artistas que se encuentran representando a cada género y mediante que vías y formas puede consumirse, ellos (los jóvenes) deciden qué tipo de música desean escuchar y de qué manera lo hacen; en otras palabras los jóvenes elaboran sus propias tácticas para un posterior consumo musical, dicha elaboración de tácticas dependerá de cada joven en particular

En sexto lugar, se utiliza el concepto de “moda” de G. Simmel debido a que se constató durante el avance de la investigación que las modas se vuelven un fuerte indicador y condicionante de los gustos musicales que

los jóvenes presentan en una época determinada. Aunque parezca evidente la moda influye claramente en los gustos musicales de los jóvenes dado que tales preferencias dependen del continuo cambio que los gustos culturales presentan según la época en la que nos situemos. De esta manera la moda se presenta como el fenómeno que tiene como consecuencia la aparición de los “booms” de determinados géneros musicales en el espacio y el tiempo ya que como establece Simmel esto se debe a la tendencia psicológica a la imitación que la sociedad presenta. “La moda es imitación de un modelo dado y proporciona así satisfacción a la necesidad de apoyo social, conduce al individuo al mismo camino por el que todos transitan y facilita una pauta general que hace de la conducta de cada uno un mero ejemplo de ella (Simmel; 1988: 28)

En tal sentido, existen “modas de clase” que permiten aclarar como las modas varían según la clase social, el gusto musical “permitido” en una clase puede ser mal visto en otra; la moda antepone la cultura individual y la cultura social y es por ello que la perspectiva Simmeliana brinda las herramientas necesarias para comprender a la moda como fenómeno dentro del consumo musical. *“Así la moda significa, de un lado la inclusión en un grupo de iguales, la unidad de un círculo caracterizado por ello, y precisamente por eso el cierre de este grupo frente a los que se sitúan más abajo, la caracterización de estos como no pertenecientes a aquel. Unir y diferenciar son las dos funciones básicas que se conjugan aquí de manera inextricable, de tal modo que cada una de ellas, aun siendo o por ser el contrapunto lógico de la otra, constituye la condición de su realización”* (Simmel; 1988: 30)

La moda presenta el carácter de su tiempo ya que en ella “...se sitúa siempre en la divisoria de las aguas entre el pasado y el futuro, proporcionándonos así mientras está en su apogeo un sentimiento de presente tan intenso como pocos fenómenos (Simmel; 1988: 37). Pero ¿por qué no interesa esta peculiaridad que arraiga la moda como fenómeno? Por la simple razón que el auge que un género musical puede tomar en un tiempo y espacio determinado se debe a lo que la misma moda como tal provoca, esa necesidad de cambio que es aceptada por la mayoría de las personas para sentirse parte de lo que acontece culturalmente. Los jóvenes mediante la música que escuchan se distinguen individualmente pero también socialmente, sus gustos musicales son categorizados por estar de moda o por no estarlo, y aquí está una de las razones sustanciales de nuestra afirmación en la moda como concepto. La moda *“Ofrece a la personas un esquema por medio del cual pueden documentar de modo inequívoco su sumisión a lo colectivo, su acatamiento a las normas que emanen de su época, de su clase, de su círculo más próximo...”* (Simmel; 1988: 47). En pocas palabras, el concepto de moda es importante para comprender los gustos musicales y un posterior consumo musical de los jóvenes en la actualidad.

Luego, se define brevemente el concepto de “moda” de Gilles Lipovetsky con el fin de complementar la línea teórica de Georg Simmel.

Lipovetsky (2006) define a la moda como *“Forma específica del cambio social, no se halla unida a un objeto determinado sino que es ante todo un dispositivo social caracterizado por un temporalidad particularmente breve, por virajes más o menos antojadizos, pudiendo afectar a muy diversos ámbitos de la vida colectiva.”*

Particularmente me ha parecido relevante no solo el carácter temporal que Lipovetsky le atribuye a la moda al igual que lo hace Simmel, sino que el autor añade una característica sumamente importante en lo que refiere al consumo musical: el carácter que se puede llamar de imposición o de obligación: *“...sólo hay sistema de moda cuando el gusto por las novedades llega a ser un principio constante y regular, cuando ya no se identifica solamente con la curiosidad hacia las cosas exógenas, cuando funciona como exigencia cultural autónoma...”* (Lipovetsky; 2006:30)

Además, el planteo de Lipovetsky resultó ser de gran interés debido a la conexión que realiza dicho autor entre la moda y la emergente sociedad de consumo, conllevando así a un consumo cultural y por lo tanto también musical que también se encuentra regido bajo ese concepto.

Lipovetsky (2006) *“La época del consumo coincide con el proceso de renovación formal permanente cuya finalidad es provocar artificialmente una dinámica de envejecimiento y relanzar el mercado. (...) “A una industria cultural que se organiza según el principio soberano de la novedad, corresponde un consumo especialmente inestable, y en ella más que en ninguna otra parte han de reinar la inconsistencia y la imprevisibilidad de los gustos...”*

Con lo que respecta al concepto de jóvenes y juventud se realizará a partir de dos autores: Verónica Filardo y Mario Margulis, para aclarar el concepto de nuestro objeto de estudio: los jóvenes.

Por un lado se utilizará el concepto de jóvenes y de juventud propuesto por Verónica Filardo para definir el objeto y población de estudio. Filardo plantea a la juventud como objeto y a los jóvenes como sujetos (nosotros utilizaremos ambas concepciones) para realizar una distinción entre ambos conceptos. En palabras de Filardo *“La “juventud” es una construcción socio-histórica, relativa y contingente producto de las luchas simbólicas de diferentes generaciones, pero dado ese carácter, existen múltiples juventudes (construcciones diversas) que pugnan actualmente en el espacio social y discursivo.”* (Filardo; 2010:422). Mientas que *“...los jóvenes son sujetos (de derechos) que viven la “condición juvenil” de muy diversas formas (con capacidades diferenciales de ejercicio de esos derechos)”* (Filardo; 2010:423). En base a estas definiciones se puede tratar y definir de buena manera la población de estudio como es necesario.

Por otro lado, se toman las diferentes concepciones y la definición de juventud que el autor Mario Margulis le atribuye en su obra *“La juventud más que una palabra”* a modo de tratar la importancia que presentan los jóvenes con la cultura, su relación con la misma, permitiéndonos vislumbrar los diferentes cambios culturales que se presentan con el correr de los años y que por tanto se encuentran en los diferentes gustos musicales determinado el consumo musical que continúa variando conjuntamente con los **jóvenes** de cada generación.

Margulis retoma y se afirma en la definición de jóvenes propuesta por Simmel: *“Los jóvenes ponen de manifiesto con más intensidad y variedad que otras generaciones los cambios culturales, y en el plano de la cultura, antes que el de la política o el de la economía, el que evidencia las nuevas modalidades que asume la juventud actual”;* (Margulis; 1996:10) a través de dicha cita vemos la importancia que los jóvenes poseen con respecto a la cultura, a partir de ellos podemos visualizar los cambios culturales que se nos presentan

con el correr del tiempo como también es a partir de la cultura que podemos ver los rasgos característicos de la juventud. En este sentido los cambios en los gustos musicales y en consecuencia del consumo musical quedan manifestados a través de los jóvenes y es a partir de de ello que se definirán así mismos. En otras palabras, si es en el plano de la cultura en donde se evidencian las distintas modalidades de la juventud actual, consecuentemente los jóvenes resultan de gran importancia para analizar el consumo musical, es a través de ellos que podremos visualizar las posibles diferencias en los gustos y tácticas de consumo musicales en comparación con años anteriores.

El trabajo se afirmará en el concepto de juventud que Margulis propone: “Juventud es un concepto esquivo, construcción histórica y social y no mera condición de edad. Cada época y cada sector social postula formas de ser joven.”(Margulis; 1996:11). De esta manera, se ve como ser joven no solo es cuestión de edad sino también de la época y de la clase social a la que se pertenece. En base a ello y como se mencionó anteriormente se puede establecer que los jóvenes se encuentran estrechamente relacionados con la cultura y que reflejan los cambios de ésta mejor que nadie, el consumo musical se ha expresado y se expresará a partir de ellos (jóvenes) pero de distinta manera, según la época en la que nos situemos y el origen social.

En último lugar, mediante la “Teoría de la postmodernidad” y la concepción de la postmodernidad de Jameson se explicará la aparición de la cultura como mercancía y como rasgo característico de la época postmoderna y a partir del cual consecuentemente se puede hablar de un consumo musical así como también se verá a la postmodernidad como aquella en la cual todos los consumos y gustos musicales varían. La línea teórica de Jameson es de gran utilidad debido a que sirve de fundamento y de comprensión de cómo opera la cultura y todos los bienes culturales que ésta nos ofrece en la actualidad.

“...en la cultura postmoderna la “cultura se ha vuelto un producto por derecho propio; el mercado se ha convertido en un sustituto de sí mismo y en una mercancía...” (Jameson; 1991:10); la cultura ha pasado a ser una mercancía como consecuencia del capitalismo tardío que abunda en la postmodernidad, en ésta la alta cultura se mezcla con la cultura de masas o cultura comercial. Jameson establece que se debe concebir a la postmodernidad: *“...no como un estilo sino, más bien, como un dominante cultural: perspectiva que permite la presencia y coexistencia de un abanico de rasgos muy diferentes aunque subordinados unos a otros.”* (Jameson; 1991:26). En base a dicha cita vemos como es en la postmodernidad donde conviven varios estilos culturales y por ende musical, diferente entre sí, es en la postmodernidad que encontramos a la música como una mercancía y a distintos géneros musicales coexistiendo entre sí.

De alguna manera al centrarme en el concepto de postmodernidad que Jameson propone puedo establecer a la postmodernidad como la época en que la música como parte de la cultura se vuelve consumo a partir del avance del capitalismo, una música que recorre todos los géneros posibles y que no solo se representa y es en sí misma alta cultura sino que también pasa a ser y representar a la cultura de masas. La cultura,

específicamente la música se reproduce como mercancía a todos los estratos sociales en sus diversas formas y contenidos.

Estado del Arte:

Por otro lado el **estado del arte** se encuentra conformado por cinco investigaciones en las cuales se encuentra tratado el tema del consumo musicales en las personas abarcando por tanto a los jóvenes: los tres informes sobre Imaginarios y consumo cultural: Consumo y comportamiento cultural (2002, 2009 y 2014; y por otro lado, con las investigaciones de Rosario Radakovich (Uruguay) y Ariño Villaroya (España).

La investigación hecha por Rosario Radakovich “Retrato cultural, Montevideo entre cumbias, tambores y óperas” es para nosotros una investigación de suma importancia dado que Radakovich se propuso indagar acerca de las prácticas, gustos y patrones del consumo cultural de las clases sociales pertenecientes al departamento de Montevideo en los años dos mil con el fin de brindar un retrato cultural de la población en un contexto de fuertes cambios. En palabras de la autora, la investigación tenía como objetivo principal “...retratar culturalmente la matriz social de la ciudad de Montevideo en la primer década de los años dos mil a partir de una interrogante central acerca de la relación entre gustos, consumo simbólico y desigualdad social...” (Radakovich; 2011:17). La investigación realizada por Radakovich nos es de suma importancia dado que pretende indagar en los gustos y en los consumos culturales de las clases sociales, mediante los cuales tanto la música como los jóvenes se ven adentrados.

Entre algunas de las conclusiones a las que se llegó en la investigación “Retrato cultural” se encuentra que si bien en un Uruguay que se creía hiperintegrado y en la cultura también podíamos verlo, el plano cultural comienza a ser en los años dos mil el lugar dónde también se vislumbran las desigualdades sociales como consecuencia de la crisis económica. Además la cultura continúa siendo un espacio para la identificación social de clases, siendo consecuentemente el consumo cultural un espacio para la reproducción social de las clases. Además también se concluyó que la desigualdad condiciona la diversidad, siendo el tiempo de ocio y el tiempo cultural desigualmente apropiados.

Por otro lado también se concluyó que si bien tanto la internacionalización como el cosmopolitismo se encuentran reorientando los patrones de consumo de las personas pertenecientes a las clases altas, pasando de un consumo snob a uno más omnívoro. Las clases siguen utilizando los gustos, las prácticas y el consumo cultural como la manera de legitimar su posición social y su status.

Con lo que respecta a las tres investigaciones acerca de Imaginarios y Consumo cultural solo realizaremos una breve descripción de los datos que en cada uno de los Informes se presentan.

En el primer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural (2002) las preferencias musicales presentaron el siguiente orden: folclórica, tropical/salsa/merengue, popular,

Melódica/romántica/boleros, rock/pop, clásica, típica/tango, música brasileña, Murga/carnaval, Candombe, Jazz/blues, y por último la música religiosa. Los jóvenes por su parte, en el mismo año manifiestan preferencias en primer lugar por el rock y el pop; en segundo lugar por la música tropical, a la cual le siguen en un tercer lugar la música popular y la melódica.

Por otro lado, en lo que refiere a la asistencia de espectáculos musicales, en el año 2002 los jóvenes son el rango etario que presenta una mayor asistencia, lo cual vimos durante nuestra investigación de manera que en el último año todos los jóvenes habían asistido a algún tipo de recital musical, aunque disminuye la asistencia a conciertos de artistas internacionales. Un hecho relevante, es que dentro del consumo musical, en los informes también se pregunta acerca del equipamiento musical que presenta un hogar, esto es, aparatos para escuchar discos o casetes, los discos y casetes respectivamente, y los instrumentos musicales. En el año 2002 el medio para obtener el último disco más frecuente era la compra o regalo, mientras que la el medio menos utilizado era la opción “lo bajo de internet”.

Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, Uruguay 2009, se propuso como establece el título indagar e investigar acerca del consumo y el comportamiento cultural de Uruguay en el año 2009. Debo mencionar que si bien existe el Primer Informe de Consumo y comportamiento cultural, nos centraremos en el Segundo ya que presenta datos más actualizados. Centrándome en la música como tema que nos compete, el Informe establece algunas conclusiones sobre los gustos musicales que nos resultan relevantes; dentro de ellas encontramos que el folklore es el género musical que recibe más menciones, seguido por el rock/pop, la cumbia, la música melódica y la música popular respectivamente; mientras que en las menos mencionadas se encuentran la música clásica y el tango. Considerando los distintos géneros musicales con el grupo etario de pertenencia se concluyó que los jóvenes prefieren principalmente el rock/pop y en un segundo lugar el género cumbia. Las personas de edad media presentan una preferencia en primer lugar por el Folklore al igual que las personas mayores a 60 años.

Para el caso del tercer Informe Sobre Consumo y Comportamiento Cultural (2014) el orden de preferencia de los tipos de música que se presenta en año 2014 es el siguiente: Folklore, Rock/pop, Melódica, Clásica, Popular, Cumbia, Tropical, Brasileña, Reggaetón, Jazz/Blues, Murga, Electrónica, Candombe. Con lo que respecta a las tácticas de consumo como lo son la concurrencia a los recitales se concluyó que los jóvenes son los que más asisten a los conciertos y en comparación con la población total de nuestro país los que residen en Montevideo son los que cuentan con una mayor asistencia.

Por último y para finalizar el estado del arte contamos con la investigación “Música, democratización y omnivoridad” realizado por Antonio Ariño Villaroya en España, pretende “...a partir del análisis de las prácticas musicales en España, en el contexto de la creciente difusión de la audición mediada, se estudia la evolución de las preferencias musicales; y se esboza el concepto de régimen de consumo cultural (en este caso, musical) como una herramienta analítica más compleja y adecuada que la omnivoridad”. (Ariño;

2007:131). Debo señalar que el no utilice el trabajo del presente autor para el análisis, sino que me sirvió como punto de partida para repensar el trabajo para el caso particular de los jóvenes uruguayos. En el presente trabajo se desarrolla el pasaje de la legitimidad a la omnivoridad en el consumo musical de España, es decir, el análisis de un consumo cultural en este caso musical que se encuentra democratizado de alguna manera al mismo tiempo que se visualiza la omnivoridad como un fenómeno que abarcaría dicho consumo. En este sentido el autor concluye en primer lugar y entre otras cosas que "...la accesibilidad que propician los nuevos medios de reproducción generaliza la música moderna y quiebra, parcialmente al menos, la relación entre música culta y clases altas, ya que propicia que categorías sociales con escaso nivel educativo y reducida movilidad puedan realizar sus preferencias."(Ariño; 2007:140).

Objetivos

Objetivo general

El presente trabajo tiene como objetivo general analizar los gustos musicales de los jóvenes en relación al sector social de pertenencia. En términos teóricos se propone estudiar los gustos musicales de los jóvenes analizando la Teoría de Omnivoridad (Peterson y Kern) y la Homología estructural (Bourdieu).

Objetivos específicos:

- Analizar la importancia que le es adjudicada a la música desde una perspectiva juvenil y el por qué la música constituye uno de los consumos culturales que más se destaca en los jóvenes.
- Comprender los gustos musicales y las prácticas culturales relacionadas con la música que los jóvenes realizan.
- Describir los diferentes estilos musicales en base a la popularidad que presentan para los jóvenes según su clase social de referencia.
- Brindar un panorama acerca de las preferencias musicales que caracterizan a los jóvenes uruguayos considerando no solamente los géneros musicales que más son escuchados por ellos, sino también las bandas o solistas que pasan a ser representativos de cada género en particular.
- Realizar una tipología de estilos y géneros musicales.
- Analizar las diversas formas de consumo que los jóvenes emplean y diferenciar sus diferentes "*tácticas*" (De Certeau) de consumo.
- Estudiar los momentos en los cuales los jóvenes prefieren escuchar música y el por qué de esa selección.
- Analizar la relación entre el concepto de identidad y las preferencias musicales, tratando de comprender la importancia que la música presenta en el momento de identificación y caracterización de los propios jóvenes.
- Analizar las razones por las cuales los jóvenes deciden escuchar música.

Estrategia Metodológica:

La estrategia metodológica del presente trabajo se desprende directamente del objetivo general y de los objetivos específicos, para ello se utilizó un abordaje cualitativo de investigación ya que a partir del mismo se pudo comprender la importancia que el consumo musical presenta para los jóvenes así como también se pudo apelar a las subjetividades que los mismos le adjudican a la música y a su respectivo consumo ya que un enfoque cualitativo “...entraña una forma de aproximación empírica a la realidad social específicamente adecuada a la *comprensión significativa e interpretación motivacional* (intencionalmente) profunda en la conducta de los actores sociales, en su *orientación interna* (creencias, valores, deseos, imágenes preconscientes, movimientos afectivos)...(Orti; 1986:167).

Para abordar el tema se empleó un enfoque cualitativo y un **Diseño Flexible** de investigación para poder dar cuenta de aquellos procesos que emergen durante el correr del trabajo y que ayudan a ampliar la temática a modo de no dejar nada por fuera que en un principio no resulta relevante pero que con el tiempo comienza a cobrar importancia. Como establece Nora Mendizabal “El concepto de flexibilidad alude a la posibilidad de advertir durante el proceso de investigación situaciones nuevas e inesperadas vinculadas con el tema de estudio...” (Mendizabal; 2006:3), las situaciones nuevas pueden provocar cambios en el plano de la investigación ya sea en las preguntas como en los propósitos y las técnicas empleadas para la recolección de datos e información. Empleando un diseño flexible de investigación, tenemos a nuestro favor la posibilidad de cambio que nos permite captar aspectos relevantes de la realidad a analizar en nuestra investigación. Además “... la idea de flexibilidad abarca tanto al diseño en la propuesta escrita, como el diseño en el proceso de la investigación.” (Mendizabal; 2006:3).

Por otro lado, el diseño flexible también propicia lo que el abordaje cualitativo necesita: que sea principalmente emergente e inductivo; debemos estar abiertos a cualquier hecho inesperado y modificar tanto los datos como las líneas de investigación si resulta necesario; este tipo de diseño permite rever aspectos teóricos que no habíamos contemplado anteriormente así como también aquellas dimensiones o características que son de gran interés. Además como afirma Mendizabal a través de un diseño flexible se pueden producir datos ricos, descriptivos, a partir del propio discurso del entrevistado, lo cual es de gran importancia ya que como establece la autora al aceptar aquellos cambios no previstos los conceptos en los que se afirma el trabajo son solamente una guía para y no necesariamente suceda eso en la realidad; “...los conceptos utilizados en el contexto conceptual solo sirven de guía, de luz, de sensibilización, pero no constriñen por anticipado la realidad determinando que una interacción o proceso adopte las características predispuestas” (Mendizabal; 2006:3).

Para abordar la temática el trabajo se centró en los jóvenes que cursan Bachillerato (5° y 6°) en liceos que se encuentren ubicados en distintos barrios de Montevideo. Se seleccionaron 3 liceos, uno privado y dos

públicos: “La Mennais” ubicado en el barrio Punta gorda, el Liceo N° 28 “Purificación” ubicado en Pocitos y el Liceo N° 58 “Mario Benedetti” ubicado en Maroñas.

El trabajo de campo de este trabajo se realizó en el año 2014, las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la entrevista en profundidad y los grupos de discusión. Se realizó 1 grupo de discusión en cada Institución Secundaria, y 28 entrevistas, 8 en el Liceo N° 58, 8 en el Liceo “La Mennais” y 10 en el Liceo N°28.

Por un lado, las entrevistas en profundidad nos permiten apelar a la riqueza heurística de los discursos individuales, permitiéndonos abstraer no solo la importancia que cada joven le adjudica al consumo musical sino también analizar las distintas relaciones existentes entre el gusto musical (estilos y géneros) y la identidad de cada joven, entre otras cosas. Como establece Alonso la entrevista abierta nos es útil “...para obtener informaciones de carácter pragmático, es decir, de cómo los sujetos diversos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones sociales en sus prácticas individuales.” (Alonso; 1995:226). Además a partir de la entrevista se pudo diferenciar “el decir del hacer” (Alonso; 1995:227) lo cual fue de gran interés para abstraer del discurso la importancia que los individuos le adjudican al consumo musical sino también las tácticas de consumo empleadas.

La realización de grupos de discusión fue pertinente ya que a partir de los mismos se pudo abordar el tema a partir de un discurso individual generado en las entrevistas y de un discurso colectivo (grupos de discusión); a partir de ellos se trató la temática desde el punto de vista colectivo lo que permitió indagar en el consumo musical y la importancia que éste conlleva según la clase social de referencia, se fundamenta la idea en la siguiente cita: “La microsituación así representada y la dinámica consciente e inconsciente hacen emerger las emociones básicas, los conflictos y las normas sociales dominantes vinculadas al tópico investigado en la macrosituación de la clase y/o estrato social al que los miembros del grupo pertenecen.” (Orti; 1986:181)

Ya desarrolladas las cuestiones preliminares, pasamos a exponer los capítulos analíticos de este trabajo de investigación.

¿Omnivoridad o democratización?

Recordemos que el presente trabajo se propuso comprender los gustos musicales de los jóvenes a partir del análisis por un lado de la relación entre las preferencias musicales y la clase de pertenencia y por otro lado también mediante el análisis de la omnivoridad. En este sentido, se intentó analizar el paralelismo actual entre la influencia que la clase social de pertenencia tiene en los gustos musicales de los jóvenes y el aumento de gustos más omnívoros.

En el intento de analizar el consumo musical de los jóvenes a partir de las dos perspectivas teóricas en las cuales se sostiene este trabajo, para llegar a dicha meta se partió del supuesto inicial que el consumo cultural también es indicador de la desigualdad presente en la estructura social, la diferencia cultural presupone una desigualdad en lo que respecta a la apropiación de bienes y servicios culturales que responde a una determinada construcción social de gusto que depende del **habitus** de clase de cada persona en particular.

Ahora bien, para poder cumplir el objetivo, se eligieron tres instituciones de educación secundaria diferentes, cada una correspondiente a una clase social particular (baja, media, alta), para poder comparar y contrastar los resultados. Para la selección de las Instituciones Educativas se utilizó en el concepto de territorio como indicador de los estratos socio-económicos, debido a que fue la manera más simple de poder concretar nuestro objetivo y continuar las líneas teóricas en las que nos afirmamos, es decir, la selección de los liceos se fundamenta mediante el objetivo de demostrar los gustos culturales se justifican en la estructura social. Como afirma Rosario Radakovich las expresiones musicales se transforman en distinción con identificación territorial que se relacionan con los estilos de vida de las personas, en tal sentido el territorio o en este caso los barrios nos indican la clase social a la que pertenecen las personas que residen en ellos; los consumos pueden entenderse como mecanismo de distinción de grupos y clases sociales (como una de las perspectivas). En este sentido, el consumo musical es una forma de integración social, por eso se asocia un determinado consumo a grupos sociales determinados, nosotros podemos ser identificados a través de ellos. Por lo tanto, la ubicación territorial de los Liceos en el Plano de la ciudad de Montevideo se presenta como la primera aproximación del status social de los jóvenes que concurren a los mismos ya que cada liceo se presenta como aquel espacio de anclaje de clase, en donde los gustos musicales responden a un estilo de vida determinado debido a la predisposición al gusto que al habitus de clase engendra. En otras palabras, la selección de los tres Liceos, fue una manera de realizar una estratificación social.

Principales Influencias: las trayectorias del gusto musical

A partir de los distintos discursos se constato que las principales influencias que los jóvenes tenían y que condicionaban de cierta forma sus preferencias musicales eran la familia, los amigos, y “la moda”. Esto es, en la trayectoria que los jóvenes transitaron hasta el momento de la entrevista o grupos de discusión la familia se presentaba como la primera influencia dado que en la mayoría de los casos los jóvenes habían conocido determinados géneros por sus padres o por algún integrante de la familia. Luego, a medida que iban creciendo los jóvenes se veían influenciados por los gustos de sus amigos, a través de los cuales exploraban y conocían otros géneros; para luego a pasar a ser influenciados por “la moda” que se renovaba con el pasaje del tiempo. Sin

embargo, debemos resaltar que la trayectoria que acabamos de describir no es la trayectoria que todos los jóvenes transitan, pero sí la que presentaron la mayoría de los participantes.

Algunos géneros están de moda.

Al comienzo, el trabajo se propuso como uno de sus objetivos específicos brindar un panorama acerca de las preferencias musicales que caracterizan a los jóvenes uruguayos, considerando los géneros musicales que más son escuchados por ellos como las bandas o solistas que pasan a ser representativos de los mismos. Ahora bien, para abordar tal objetivo se optó por el orden de preferencia de los géneros musicales que cada grupo de discusión estableció ya que si se pudo notar gran parte del panorama a partir de las entrevistas, optamos por la decisión grupal que se tomó en cada Institución de Enseñanza.

El orden de preferencia que los estudiantes constataron en cada Liceo es el siguiente:

En “La Mennais” el orden de los géneros fue el siguiente: cumbia, pop y reggaetón juntos, rock, electrónica, reggae, brasilera, murga y tropical juntas, rap, tango, jazz, blues clásica y folklore.

En el liceo N°28 el orden de los géneros fue el siguiente: Cumbia, pop, rock, reggaetón, electrónica, rap, reggae, tropical, brasilera, murga, Folklore, tango, clásica, blues y jazz.

En el liceo N°58 el orden de los géneros es el siguiente: Cumbia conjuntamente con Tropical, pop, reggaetón, rock, electrónica, rap, reggae, clásica, murga, brasilera, blues, tango, jazz y folklore.

Como se puede ver, existen discrepancias en el orden que los tres grupos eligieron, sin embargo podemos destacar los géneros más populares de los menos populares, ya que si bien las posiciones difieren en algunos casos no son de gran abismo dado que es por uno o dos lugares. De esta manera se puede inferir que los géneros musicales más populares entre los jóvenes son la Cumbia, Pop, Reggaetón, Rock y Electrónica; mientras que el lugar de los menos populares le pertenecen al Tango, Jazz, Blues, Clásica y Folklore.

Por lo tanto, indudablemente la Cumbia ocupa el lugar del género musical que es más escuchado por los jóvenes actualmente, siendo él Pop, Reggaetón, Rock y Electrónica quienes le siguen; mientras que el Folklore y el Jazz son los géneros que se disputan el lugar de menos popularidad entre los estudiantes. Inmediatamente esto lleva a preguntarnos el ¿Por qué? de tales resultados, y es aquí donde se visualizan dos líneas explicativas: en primer lugar, por un tema de “moda” que trae consigo el segundo lugar: la época.

Durante el período de “trabajo de campo” se fue viendo como en realidad a muchos géneros musicales se los tildaba de “está de moda” o “es de otra época” y que visualizamos hasta la culminación de dicho período; de esta manera, vimos a la moda como la gran explicación del mayor consumo de determinados géneros, y por consiguiente, el menor consumo de otros. En la misma línea pudimos ver que el tema de la moda venía relacionado a un tema de época, siendo la actualidad la época en la que la Cumbia, el Pop, el Reggaetón, el Rock y la Electrónica aparentan estar de moda. Afirmamos nuestra idea en las siguientes citas en donde se refleja ese sentimiento de deber escuchar los géneros que están de moda:

“cada joven va a tener que estar a la moda, si sale una nueva banda y todos la escuchan la vas a querer escuchar, si mis padres escucharon eso ejemplo cumbia también la vas a escuchar. Es importante estar en la moda. Siempre me mantuve escuchando de todo, pero me mantuve con las cumbias viejas, para recordar y eso.” (Estudiante Liceo N°28).

Cuando los estudiantes afirmaban que de alguna manera por más de que sus gustos musicales fueran otros y no los que están de moda, de una forma u otra terminan escuchando las canciones que están de moda, al menos para conocerlas en los momentos en que “obligatoriamente” tienen que escucharlas, como por ejemplo el caso de las “previas” o de las salidas a boliches. Por lo tanto los jóvenes que prefieren escuchar otros géneros musicales que no son los “de moda” en la actualidad deben “adaptarse” a los gustos musicales del momento, para no quedar “afuera”. Claramente se constata la influencia de la época en las afirmaciones de algunos jóvenes: *“También un tema de que si no escuchas la música que se escucha como que sos raro, entonces ya la gente te empieza a meter con esa música y terminas escuchando esa música” (Participante Grupo de Discusión)*

Los estudiantes manifestaron ese “deber” de escuchar las canciones que están de moda, tal vez no en momentos solitarios, pero sí a la hora de compartir el espacio con amigos, siendo esta una de las características de la moda que también sucede con la música. *“La moda es imitación de un modelo dado y proporciona así satisfacción a la necesidad de apoyo social; conduce al individuo al mismo camino por el que todos transitan y facilita la pauta genera que hace de la conducta de cada uno un mero ejemplo de ello (...) da a la necesidad de distinguirse, a la tendencia a la diferenciación, a contrastar y destacarse. Y si consigue esto último a través de la variación de los contenidos, que es lo que individualiza a la moda de hoy frente a la de ayer y a la de mañana, aún más importante en este sentido es el hecho de que las modas son siempre modas de clase...” (Simmel: 1988)*

“De repente mucho también por la influencia social, porque vos ahora ves muchos más wachiturros, muchos más planchas, muchos más lo que sea, y eso es porque la influencia social de la época. En aquel entonces se escuchaban los Beatles, que se siguen escuchando, pero en aquel entonces todos escuchaban los Beatles, todos, todos, todos y absolutamente todos; y ahora capaz que los escuchan pero son pocos...” (Participante Grupo de Discusión)

La moda para los individuos *“...representa para él un elemento de distinción y realce, por otro se siente también interiormente apoyado no sólo por el conjunto que hace lo mismo, sino además por el que aspira a hacerlo” (Simmel: 1988, 37).* Para la moda *“Unir y diferenciar son las dos funciones básicas que se conjugan...” (Simmel: 1988,30).* En otras palabras, la moda te incluye en algunos grupos pero te diferencia de otros, en nuestro caso los jóvenes que escuchaban “música de moda” se diferenciaban de aquellos que escuchaban géneros musicales que no estaban de moda, se incluían en un grupo pero también se diferenciaban del otro. Esto ocurre porque la moda implica dos tendencias: la diferenciación y la cohesión, *“Cuando falta una de las dos tendencias sociales que deben confluir necesariamente en la formación de la moda, a saber, la necesidad de cohesión por un lado y la necesidad de diferenciación por el otro, la moda no llega a formarse y su imperio no es tanto.” (Simmel: 1988,33)*

Para Simmel la moda implica una determinada imitación que le permite al individuo ser parte de un grupo que se distingue por un hecho específico, *“...la imitación libera al individuo de la aflicción de tener que elegir y le hace aparecer como un producto del grupo, como un receptáculo de contenidos sociales” (Simmel: 1988, 28)* Por lo tanto, el tema de la **adaptación** es una necesidad dado para algunos casos ya que no queda otra que escuchar los

que otros escuchan, al menos en contextos y ámbitos compartidos: “...cada uno escucha lo que escucha la sociedad, eso sí” (Participante Grupo de Discusión)

Tal carácter de **adaptación** no puede sino encontrar justificativo en las palabras que Gilles Lipovetsky le otorga a la moda como las siguientes: “...sólo hay sistema de moda cuando el gusto por las novedades llega a ser un principio constante y regular, cuando ya no se identifica solamente con la curiosidad hacia las cosas exógenas, cuando funciona como exigencia cultural autónoma...” (Lipovetsky: 2006; 30)

En suma, como establece George Simmel la moda va variando según la época, es “limitada” ya que su proceso implica una constante renovación. “El tempo –impaciente- específico de la vida moderna indica no sólo el ansia de un rápido cambio de los contenidos cualitativos de la vida, sino también la potencia que adquiere el atractivo formal de los límites, del comienzo y del final, del llegar y del irse. Un exponente emblemático de esta forma de producirse es la moda, que con su juego entre la tendencia a una expansión universal y aniquilación de su propio sentido que comporta justamente esa expansión posee el atractivo singular del límite, el atractivo simultáneo del comienzo y del final, de la novedad y al mismo tiempo de la caducidad.” (Simmel: 1988, 36).

A la hora de preguntarle a los jóvenes por qué géneros como el tango, clásica y el folklore eran menos populares, un estudiante contestó lo siguiente: “Cuando pasan los años va poniéndose de moda otro tipo de música...” (Estudiante). Además los jóvenes también manifestaron la presente idea: “Pasa que la música a veces tiene como un auge ponele, antes cuando la gente tenía 15 años el rock era, pasaban en la tele todo el tiempo, pasaban en la radio y ahora es otra cosa.” (Participante Grupo de Discusión). Además, establecieron que el tema de que los géneros musicales que están de moda varían según la época y es por ello que algunos géneros son considerados como “para viejos” o “de antes”; en palabras de un estudiante: “...géneros tradicionales como el Tango, el Folklore es como de otras edades.” (Participante Grupo de Discusión).

En síntesis, la popularidad de algunos géneros musicales en los jóvenes se explica mediante la influencia de la moda y por tanto de la época actual, esto quiere decir que hoy en día hay géneros musicales que están de moda y que “son moda” mientras que otros ya “pasaron de moda” y corresponden a otra época en particular, por lo que parecería ser que cada época promueve distintos géneros musicales que van acorde con su realidad.

La influencia familiar

Por otro lado, el habitus de clase continúa reflejándose en los gustos musicales de los jóvenes ya que la mayoría afirmaron haber conocido algunos de sus géneros favoritos (no todos, pero algunos) por miembros de su familia; los estudiantes establecieron que los gustos que presentan en la actualidad se deben en parte a su familia y lo que ésta les ha inculcado. El concepto de habitus (Bourdieu: 1979) reproduce un determinado estilo de vida que se relaciona con la distribución del capital económico y la distribución del capital cultural, esto significa que la trayectoria social de cada individuo el habitus se posiciona como la base de la misma produciendo sistemáticas elecciones en todos los campos posibles de la práctica.

“Si entre todos los universos de posibles no existe ninguno como el universo de los bienes de lujos y, entre estos, de los bienes culturales, que parezca tan predispuesto para expresar las diferencias sociales, es porque la relación de distinción se encuentra

objetivamente inscrita en él y se vuelve a activar, se sepa o no, se quiera o no, en cada acto de consumo, mediante los instrumentos de apropiación económicos y culturales que la misma exige.” (Bourdieu; 1979: 265) Afirmamos esta idea en las siguientes citas, que son ejemplo de ello:

“-mi padre escucha música de los 80 está re de más. Me gusta la murga por él, fui conociendo Rata Blanca, Soda Stéreo y me fue gustando, mi abuela me pegó mucho lo que es candombe, ella escucha también folklore uruguayo-” (estudiante Liceo N°58)

“- te pueden gustar cosas de tú familia, otras cosas pero también lo que adquiriste de tus padres, yo que sé-” (estudiante participante en el grupo de discusión Liceo N°28) // “- cómo que todos los valores salen de tú casa, la educación sale de tú casa, la música también sale de tú casa-” (estudiante participante en el grupo de discusión del Liceo La Mennais)

Como establecimos anteriormente, la familia influye sí, pero por lo general al comienzo del proceso del desarrollo de los gustos; luego, los jóvenes van creciendo y siendo influenciado por el resto de los individuos que los rodean (amigos) y por fenómenos sociales más macro como las “modas”.

La familia está presente al comienzo de la trayectoria de los gustos musicales de los sujetos; veamos parte de una conversación en un grupo de discusión:

Entrevistado 1 “...cuando sos más chico en algunos casos es como que no quieren que escuches determinada música como la cumbia (...) de grande no te tienen que influir lo que te digan tus padres”,

Entrevistado 2: “pero si te guían por un camino vas a seguir”

Entrevistado 3: “O sea tenés que tener el poder de evolucionarte también”

Claramente, vemos como la familia ayuda a desarrollar los gustos musicales, estando presente en el comienzo de la trayectoria de los jóvenes y sus respectivos gustos musicales, aunque pueden existir excepciones.

¿Cómo definen los jóvenes los géneros musicales que escuchan?

Si bien toda la música se encuentra dividida en géneros musicales, ¿Cuáles son los elementos que los jóvenes utilizan para definir cada género en particular?; pasaremos a contestar dichas preguntas.

Cabe señalar que no presentaremos las definiciones de cada uno de los géneros que los estudiantes hablaron porque no realizaron una definición clara y específica para cada uno de ellos, pero si podemos establecer los elementos que ellos utilizan para referirse y definir cada género, es decir, como los caracterizan, mediante a qué, lo cual no refiere a la distinción clásica y de diccionario que podemos encontrar para definir y diferenciar todos los géneros musicales.

Durante las conversaciones con los estudiantes, notamos que ellos definían a los géneros mediante varios elementos: el ritmo y la letra; asimismo los caracterizaban por ser géneros que “están de moda o no”, por si “son aburridos, más “tranqui” o “divertidos”, así como también por los “momentos” en que se suelen escuchar. Cabe señalar que solo ponemos a algunos géneros y no a todos, mediante los elementos que utilizaban para referirse a los mismos, pero no presentar una definición clara de cada género musical. Generalmente, los estudiantes se limitaban a hablar de sus géneros favoritos y de los que no lo eran para ellos.

Como se estableció al comienzo de ésta sección la Cumbia aparece como el género más escuchado en los jóvenes, por ende es uno de los géneros musicales que tuvo mayor mención. Los estudiantes definieron a la Cumbia como el género que está más de moda entre los jóvenes, ya que es uno de los géneros más escuchados en los boliches y en ámbitos de salida con amigos. Como se presentará más adelante en la sección **“momentos”** la Cumbia, el Reggaetón, la Plena, entre otros son géneros que se escuchan en ámbitos de “baile”; en palabras de un entrevistado del Liceo N°58 *“la cumbia villera, el reggaetón y la plena no porque no me transmiten nada, solo para bailar.”*

Además, la Cumbia es vista como un género que podría llamarse “simple” ya que la caracterizan por tener un ritmo que se repite en casi todos los grupos musicales de dicho género, siendo la letra lo que se cambia o modifica. En la misma línea, los jóvenes manifestaron su idea de la Cumbia, como un género que no presenta letras con mucho contenido social, sino letras más bien básicas que recurren a la discriminación y al uso de términos despectivos hacia las mujeres, así como también fomentan el uso de las drogas y el alcohol en algunos casos. Como estableció un estudiante:

“...aunque la música sabes que discrimina mucho a los jóvenes, y sobre todo a la mujer, son esas cosas que no me gustan; la cumbia tiene mucho el mismo ritmo tocoto tocoto.” // “No me gusta que discriminen, especialmente a las mujeres, me gusta que hablen de la sociedad, como es la gente, no que critiquen...”

Es importante destacar que si bien parece que TODA la Cumbia tuviera contenido inapropiado, básico y denigrativo, los jóvenes hacen una distinción entre la Cumbia y la Cumbia Villera: *“Cumbia, Reggaetón no me gustan por la letra y no sé, será porque la escuchaba en mi familia; aparte hay canciones que denigran mucho y discriminan y encierran a las personas, planchas, drogas, son estereotipos de la cumbia villera.”* (Estudiante Liceo N°58)

Claramente y conjuntamente con la idea que establecimos recientemente, la Cumbia se caracteriza por ser un género que sólo se escucha por el ritmo y no por la letra, que se escucha por ser la música que generalmente pasan en casi todos los boliches. *“La cumbia me suena como algo terraja, la escuchas y el ritmo está bueno, pero la letra no”* (Entrevistada Liceo La Mennais)

Otro tema, es que en el caso de la Cumbia, los jóvenes no presentaron tener algunos cantantes más favoritos que otros sino que más bien escuchan las bandas que están de moda en éste género. La cumbia es categorizada por ser un género en el que las bandas vienen y van y que cada una tiene su momento de auge particular para luego darle el paso a otra banda al año siguiente; las bandas tienen un poco perduración en el ámbito musical por lo general, pueden volver a aparecer como no, al menos en la cumbia moderna actual.

Al igual que la Cumbia el Reggaetón fue caracterizado por ser un tipo de música que está de moda porque también se pasa en los boliches, es decir, “bailable” y que también hace uso de letras con contenido vulgares que se dirigen generalmente a las mujeres. Como afirma una estudiante: *“tengo necesidad de movimiento, por eso reggaetón”* (Liceo La Mennais)

En el caso particular de la Electrónica si bien los jóvenes la presentaron como un género musical “de moda” y que de más está decir que bailable, establecieron que en nuestro país si bien se está ampliando la aparición de dicho género, aún no ha alcanzado la frecuencia con la que cuenta en otros países. De todas formas, la electrónica presenta ser un género musical de moda y que continúa en aumento: “...*me influye pila lo que escucha la gente, la electrónica está de moda y me encanta, es más social...*” (Estudiante Liceo La Mennais).

En contraposición, el Rock es definido por ser un género en el que las bandas más representativas tienen una carrera prolongada y exitosa; un ejemplo de ello son los Beatles que si bien algunos jóvenes presentaron a dicho género como uno de sus no favoritos, conocían y se sabían algunas canciones de la banda. Además, el Rock se presenta como uno de los géneros más escuchados, aunque no en los primeros lugares ya que no es considerado un género “bailable” y que se pueda escuchar en los “boliches”; por el contrario, el rock es caracterizado por ser un género en el que el ritmo si importa, pero las letras también, siendo éstas de un contenido más elaborado, que tocan temas de la actualidad como las problemáticas sociales, éstas fueron definidas como coherentes, originales, distinguidas por emplear un lenguaje metafórico. Mostrare tal idea en las siguientes citas:

“Escucho rock y también rap por el contenido de las letras y lo que me trasmite la música” // “La cumbia... no me gusta las temáticas de las letras para nada, me parecen vulgares; hay letras de Rock vulgares pero tratando de ubicar la cabeza en el lugar, no tratando de decir: soy el ganador y tengo dos minas.” (Estudiantes)

Dentro de las distinciones que los jóvenes realizaron dentro del género rock fueron el rock en inglés, argentino y uruguayo. Si bien no se puede generalizar con respecto a esto las bandas de rock ingles más nombradas fueron los Beatles, Rolling Stones, Nirvana; para el rock argentino Los Redondos, Charly García, Fito Páez; mientras que en el caso del rock uruguayo las bandas más destacadas fueron NTVG, La Vela Puerca, El Cuarteto y Cuatro Pesos de Propina.

Por otro lado, el Reggae fue definido por un lado como un género que presenta letras con contenido social, que trata problemáticas sociales, de la realidad; mientras que por otro lado por ser un género que no es bailable, sino “tranquilo”, es decir, que las personas escuchan cuando están más tranquilos y relajados.

“El Reggae no es para bailar, solo lo escucho en mi casa tranquilo” (Estudiante Liceo La Mennais). *“Reggae pintan la realidad de su país o la sociedad”*; *“...es la misma base para todas las cumbias, en el Reggae la letra es una historia que te cuentan.”* (Estudiantes Liceo N°28)

Al referirse al Reggae los estudiantes hacían alusión a los cantantes como Bob Marley (como era de esperarse), “El Congo” y “Las Pastillas del Abuelo”.

En el caso del Pop, los estudiantes como ya repetimos varias veces afirmaron que lo caracterizaban por ser un género de moda; pero lo que más llamó nuestra atención que es un género en el que la estética toma un espacio muy importante y particular, ya que los jóvenes que manifestaron tener como preferencia el Pop afirmaron que una de las cosas en las que más se fijan es como se viste su cantante, y el estilo que intenta presentarle al público. El tema de la vestimenta y de la imagen personal de los cantantes se presenta como esencial en el momento de elegir o escoger una banda o solista favorito, lo que quiere decir que aparte del componente musical (ritmo y

letra), la estética se presenta como un factor esencial para el género. Tal idea queda establecida en la afirmación que realizó una estudiante del Liceo N° 28, la cual tenía como género favorito el Pop: “*Primero la estética, luego la música y después la letra*”.

Los cantantes que actualmente llevan la delantera dentro del Pop en los jóvenes uruguayos son: One Direction, Justin Bieber, Rihanna, Miley Cyrus, Selena Gómez, Lady Gaga, entre otros.

Por último, los géneros como la música Clásica, el Folklore y el Tango fueron caracterizados como aquellos géneros que son más populares entre personas de otra época que no es la actual, es decir, géneros que son más populares entre los adultos pero que no pertenecen a la moda reciente que caracteriza a los jóvenes uruguayos. Dichos géneros fueron definidos como aburridos, como por ejemplo la música clásica “*Clásica me aburre, me cae pesada...*” (Estudiante Liceo La Mennais); en el caso del Folklore muchas veces se refirieron a dicho género como aquel que si bien es más popular entre las personas mayores (como sus padres), establecieron la creencia de que en el Interior de nuestro país hay un aumento del consumo de dicho género que no sólo pertenece a los adultos sino también los jóvenes.

Para el caso particular del Folklore, los jóvenes definieron a dicho género por ser uno de los más claros representantes de la música uruguaya; por ser un género popular en el Uruguay que va dirigido generalmente a la población de mayor edad, es decir, las personas adultas parecen ser para los jóvenes las que más consumen dicho género musical. Además, los jóvenes afirmaron percibir que si bien en Montevideo el Folklore es consumido por las personas adultas, esto no ocurriría en el Interior de nuestro país, en donde los jóvenes presentarían una mayor tendencia a consumir dicho género en comparación a los jóvenes montevideanos.

En síntesis, los jóvenes se afirman en el ritmo, en la letra y en los cantantes para definir los géneros, pero lo que es un hecho es que también los definen basándose en si están de moda o no en el presente. Como nos dijo una estudiante del Liceo 28, quién escuchaba Patricia Sosa y Valeria Lynch sus amigas se referían a sus gustos musicales como música de viejos “*...mis amigas me decían que era música para viejos, mis amigas escuchan música que está de moda.*”

Además, dependiendo del género musical que sea su preferido, es en lo que los jóvenes se fijan en el momento de evaluar una canción y de afirmar si les gusta o no. Algunos prefieren fijarse en el ritmo como en el caso de las personas a las que les gusta la Cumbia y el Reggaetón (“Si te querés divertir te fijas en el ritmo”); mientras que en los casos del Rock, y el Reggae los jóvenes buscan mucho más que un buen ritmo sino que también persiguen una buena letra, con un contenido que no sea meramente superficial, por el contrario “*Que tengan relación con las cosas que pasan, si es similar a lo que está pasando ahora, me gustan los mensajes*”. (Entrevistado Liceo N° 58). Claramente se distingue que a las personas que les gusta el Rock por lo general no les gusta la Cumbia ya que no se fijan ni buscan las mismas cosas, son géneros totalmente opuestos.

Para el caso particular del género Pop, se constató que aparte del ritmo y la letra la estética y la imagen personas de las bandas o solitas es fundamental para los jóvenes, al parecer es un género que generalmente “entra por los ojos” en la mayoría de los casos.

El juego de la tolerancia

Sin embargo, el hecho de que exista un orden de preferencias de géneros musicales poniendo a unos dentro de los más consumidos mientras que a otros dentro de los menos, marca otro fenómeno sustancial que refiere al “**disgusto**”¹ y las razones del mismo que explican en gran medida los resultados de dicho consumo. En adición, los géneros que fueron escogidos por los estudiantes como los menos consumidos por los jóvenes uruguayos pasan a ser ejemplos de los estilos musicales que despiertan un mayor **disgusto** entre los jóvenes. Ahora bien, como se presenta en el Tercer Informe “Imaginario y Consumo Cultural” se debe a varias razones, estas son las siguientes: No lo considera música, le molesta, le aburre, y porque no le gusta.

Los estudiantes que participaron en el presente estudio luego de ponerse de acuerdo durante la etapa de grupos de discusión concluyeron que las razones por las que géneros como el Folklore, Tango, Jazz, son menos consumidos dentro de la población joven debido a que son considerados géneros más aburridos y que van dirigidos a público adulto.

De todas formas, no debemos asumir y caer en la falencia de que el **disgusto** solo se ajusta a los casos particulares de aquellos géneros que fueron señalados como los menos populares, por el contrario el consenso al que se arribó no significa que los géneros musicales populares entre los jóvenes no sean sometidos al “disgusto”; como señalaron algunos estudiantes si bien constataban de que determinados géneros fueran los más consumidos no necesariamente significaba que lo fueran también para el caso personal de ellos.

Ahora bien, el punto de importancia aquí es debatir los márgenes de tolerancia que los jóvenes establecen para su propio consumo musical. El orden de preferencia de los gustos musicales que los estudiantes pertenecientes a cada Institución Educativa escogieron demuestran algunas pautas sociales acordes a la época; a todas las personas les resultará evidente que si algunos géneros son menos consumidos por los jóvenes es porque presentan un mayor disgusto por parte de dichos sujetos, pero incluso los géneros que son considerados “populares” para dicha población son definidos en base a adjetivos que nos lleva a repensar que tan tolerante termina siendo en sí misma la población joven en lo que a determinados tipos de música respecta.

Especialmente durante la sección que le dedicamos a la definición de los géneros musicales desde la perspectiva de los estudiantes, que incluso los géneros más consumidos eran definidos en base a criterios que no eran para nada positivos sino que incluso se volvían adjetivos totalmente prejuiciosos y que parecieron ser bastante generales entre los estudiantes. Los casos concretos que nos sirven de ejemplo para demostrar este pensamiento son el caso de la Cumbia y del Reggaetón, ambos ya sea la Cumbia en sus diferentes matices (Villera, Plancha y ahora en la actualidad también Cheta) dado que los jóvenes no sólo utilizaron adjetivos que de alguna manera menosprecian a tales géneros sino que además los tildaron como básicos y pobres musicalmente.

¹ Término y línea de análisis del Tercer Informe “Imaginario y Consumo Cultural”

Además, el hecho de que géneros que son considerados de los más populares también sean menospreciados en algún sentido da para pensar los márgenes de tolerancia que se ponen en juego a la hora de consumir música debido a que para el caso particular de la Cumbia parece ser “válido” consumirla porque está de moda y en ámbitos relacionados a la fiesta pero no mientras uno éste solo o realizando cualquier actividad extracurricular, concretamente los estudiantes presentaron la necesidad de justificar alevosamente la razón por la que escuchaban Cumbia o Reggaetón. Interesantemente parecería que existiera una justificación válida y general que todos los jóvenes utilizan y que se traduce en frases como “sí, la escucho pero solamente cuando voy a bailar”, “escucho cumbia pero solamente porque está de moda y es lo que escuchan mis amigos” (véase en los anexos), lo cual no solo pone sobre la mesa el continuo uso de un “pero” para justificar tal consumo musical, sino que además demuestra la necesidad de aclarar que no son jóvenes que se consideren del propio mundo y estilo de vida propios de esos géneros musicales.

Sin embargo, en la actualidad e incluso con todo el movimiento de la “cumbia cheta” y la popularidad que ésta ha alcanzado en el correr del año (2015) aún persisten los prejuicios hacia éste género musical, siendo Uruguay al parecer el país pionero en éste tipo de música, continua existiendo la necesidad de tildar y encasillar la Cumbia en base a la clase social de los cantantes y dependiendo del público hacia el que va dirigido y esto no ocurre en ningún otro género musical, lo cual es de lo más interesante. Los jóvenes no definen el rock como “rock cheto”, “rock terraja” sino que por el contrario simplemente los diferencian a partir de la nacionalidad de los artistas, “rock nacional”, “rock argentino”; sin embargo esto no ocurre cuando hablamos de la Cumbia, parecería que el género o más bien la gente no puede definirlo sino a partir del origen social que los artistas tengan y es aquí donde aún se ve ese cierto prejuicio con el que el género acarrea, es decir, la cumbia siempre va a seguir siendo cumbia, no importa de qué tipo sea pero nunca podrá igualarse a géneros como el Rock.

Debo señalar que cuando se realizó el trabajo de campo de ésta investigación (2014) comencé a notar el proceso de cambio en el que la Cumbia como género había comenzado, los estudiantes señalaron un consumo de Cumbia uruguaya en donde se destacaban bandas de jóvenes como **Vi-em y el Súper Hobby** que ya no se caracterizaban por ser bandas de “cumbia villera” sino más bien de un estilo un poco más suave con letras que no trataban de las realidades de la **Villa** sino de la “joda” adolescente; esto daba señales de lo que en pocos meses iba a ocurrir, la explosión de la llamada “**Cumbia Cheta**” por parte del público, pero reivindicada como “**Cumbia Pop**” por parte de sus artistas.

En suma, los márgenes de tolerancia del consumo musical de los jóvenes uruguayos se presentan borrosos y un tanto cuestionables, en la medida que no se discute que los géneros musicales como por ejemplo la Ópera y el Folklore sean algunos de los que presentan una menor tolerancia por parte de éste grupo de edad, pero si interesante que géneros como la Cumbia aún casi alcanzando su estado actual de “Cumbia Pop” cuando se entrevistó a los estudiantes, sea un tanto menospreciada en el sentido de la “intelectualidad musical”; como se repitió anteriormente, por lo menos cuando tuvimos la oportunidad de charlar con los estudiantes de las tres instituciones educativas persistía la continua necesidad de justificarse asimismo el consumo de dicho género musical, es por ello que resulta pertinente preguntarnos entonces **¿hasta qué punto somos tolerantes?**.

El consumo musical de los jóvenes uruguayos también es Cosmopolita

Por otro lado, los estudiantes presentaron una inclinación casi generalizada hacia no sólo aquellos géneros musicales que son propios de otros países sino también hacia artistas internacionales. Si bien en el caso del rock y la cumbia que son considerados géneros musicales que tienen un ámbito de desarrollo en el Uruguay en dónde encontramos artistas que se ocupan de reproducir y trabajar dichos géneros, los estudiantes acordaron que existe un mayor consumo de artistas internacionales, así como también de géneros que no son considerados como propios de nuestro país. En tal sentido, si bien los jóvenes consumen música creada por artistas del Uruguay y de géneros que son más populares por así decirlo aquí mismo, en el momento de nombrarnos a sus artistas favoritos en la mayoría de los casos sin exagerar, fueron artistas internacionales; claro está que depende del género musical al que nos estemos refiriendo y que en algunos casos es más notorios que en otro, como lo es por ejemplo el caso del **Pop**, su popularidad en nuestro país y los representantes de tal género no son más que artistas extranjeros debido al hecho de que es característico, reconocido o asociado directamente con países como Estados Unidos o Inglaterra.

El consenso al que llegaron los estudiantes tanto en los géneros musicales populares o en los artistas favoritos nos permite pensar en el concepto de **Cosmopolitismo** como el adecuado para repensar la apropiación y el consumo de géneros musicales y de artistas Internacionales.

“Cosmopolita es aquel que generalmente se presenta como “ciudadano del mundo”, una persona que valora intensamente la movilidad geográfica abogando por una “convivencia global” o proyectando una especie de “convivencialidad planetaria” y simbólica del mundo contemporáneo, caracterizado por su sofisticación urbana producto de su capacidad de generar una identidad propia a partir de recursos culturales diversos y sobre todo un grupo de alta interconexión internacional.” (Radakovich; 140)

En el discurso de los estudiantes de una forma u otra estuvo presente la alusión o la referencia al consumo musical de corte internacional, esto refiere a que los jóvenes manifestaron la tendencia a consumir por un lado géneros musicales propios y característicos de otro país que no fuera Uruguay, y por otro lado a consumir artistas de nacionalidad extranjera incluso en géneros musicales que han venido desarrollado un mercado en nuestro país. En otras palabras, no es mera la intención de hacer hincapié en el concepto de Cosmopolitismo para el caso particular del consumo musical en la juventud uruguaya dado que las preferencias musicales de los jóvenes estudiantes reflejan que el propio contexto cultural de nuestro país está empapado de la internacionalización de las prácticas y gustos culturales.

¿Podemos hablar de Omnivoridad?

Los jóvenes concurrentes a las tres instituciones presentaron gustos casi parecidos, si bien la familia influyó obviamente, actualmente para los jóvenes “las modas” presentan ser las más influyentes en el consumo musical de los mismos y las que producen el fenómeno de una casi homogeneidad en el consumo musical. De tal forma, el poder de “la moda” parece ser lo que explica la constante transición hacia gustos más variados y no tan anclados en las clases sociales y los estilos de vida. Sin embargo, por más de que hayan géneros musicales que sean más consumidos por jóvenes sin importar su clase social, aún existen determinados géneros que se asocian con determinadas clases sociales.

Los jóvenes consumen determinados géneros que proponen y reproducen determinados estilos; por lo general se asocian a determinadas personas como consumidoras de un género musical en particular. La Cumbia se ha transformado en el género que ha irrumpido en las estructuras generales de consumo musical, en sus diferentes matices tanto “Villera” como “Plancha” pero terminó hacerlo en su última versión “**Cumbia Cheta**” es el nuevo matiz del género representado por bandas que están formadas por individuos que se asocian a una clase económicamente “acomodada”. Esto refleja la transición de los patrones culturales, es decir, el pasaje o más bien el aumento del pasaje de los gustos de clase a los gustos omnívoros en la medida en que nadie hubiese imaginado que un género musical que siempre se asocio, se definió y se construyó como propio de las clases más empobrecidas en la Argentina y también en el Uruguay pudiera ser hoy en día interpretado por individuos de una clase económicamente media-alta. Los gustos musicales “*no plantean una asociación lineal de homología (Bourdieu: 1989) aunque si se constatan relaciones claras entre la intensidad de las preferencias sobre unos u otros géneros y las clases*” (Radakovich)

En la actualidad, se deduce que los jóvenes se presentan más “abiertos” a consumir géneros nuevos y probar distintos estilos musicales, o al menos así se definieron. Durante las conversaciones los jóvenes afirmaron que les gustaba “de todo” pero que igual presentaban una mayor intensidad del gusto por algunos géneros musicales. Si tomamos estrictamente la teoría de la Omnivoridad propuesta por Peterson y Kern, los jóvenes no sólo serían considerados como individuos que presentan una amplia apertura con respecto a lo que los gustos musicales refieren, sino que se distinguen más aún a partir de esto que por los gustos de clase ya que si miramos al orden de los géneros musicales que ellos establecieron vemos que prefieren los géneros musicales considerados como populares, en contraposición a los géneros llamados “snobs”. En este sentido, nítidamente como afirmó Radakovich luego de la década de los 60 los sectores populares y trabajadores reclaman el rock como parte de su estilo dado (antes estaba asociado a las clases altas), lo cual se ve actualmente en los gustos musicales de los jóvenes dado que la llamada “cultura culta” no se ajusta a la realidad social de los mismos, por más que en tiempo pasado y aun hoy pero en una menor medida, la ópera y también el Jazz se relacionaban con los sectores sociales más distinguidos del Uruguay, la teoría snob no se aplica directamente en los jóvenes uruguayos ya que como establecieron la ópera resulta aburrida y propiamente característica de las personas adultas. De esta manera, los jóvenes presentan un reordenamiento diferente de los tipos de música que

actualmente son considerados como de “alta” o “baja” cultura debido a que se basan en diferentes parámetros para distinguir las distintas expresiones musicales, un ejemplo de ello es que ellos establecieron al rock como un género culto, con un fuerte contenido musical mientras que en el lado opuesto se encuentra la cumbia, aquel género que definen como “plancha” y con baja elaboración, innovación y contenido. En síntesis, la llamada “cultura culta” del Uruguay pasado, los géneros musicales de ella no son los más escuchados por los jóvenes sino que lo contrario, estamos ante un continuo cambio en las expresiones culturales que la música y sus distintos géneros fundan y promueven, en lo cual los jóvenes presentan un tipo de consenso a nivel cultural-musical, esto quiere decir que como vimos, en la mayoría de los casos los jóvenes se guían según la matriz común de consumo musical, esto es: la música que los jóvenes deben consumir, la música que a todos les debe de gustar. Los patrones de consumo musical al ser este un consumo cultural presentan una posición de un cambio constante y continuo que operan debido a una gran mayoría de las influencias macro de corte global y en menor medida de las de tipo local.

Los gustos omnívoros se definen como aquellos gustos que presentan una cierta apertura hacia los géneros musicales que no son considerados “intelectuales” o “cultos” como la música clásica y la ópera sino que se aprecian también los géneros populares como el rock y el pop. *“As we understand the meaning of omnivorous taste, it does not signify that the omnivore likes everything indiscriminately. Rather it signifies an openness to appreciating everything.”* (Peterson; Kern; 1996:904). La omnivoridad implica una apertura cultural, consumir otros estilos culturales que no se distinguen como consumos asociados y propios de una clase social diferente.

Los jóvenes tendieron a establecer que escuchaban “de todo” aunque de igual forma tenían determinadas preferencias musicales, es decir, no tenían problema en escuchar algunos géneros si era estrictamente necesario pero ahora bien, estando solos optaban por sus géneros favoritos. Este es el caso una vez más de la cumbia y el reggaetón y en cierta parte la música Tropical que por ser lo géneros que se escuchan en los lugares bailables (boliches) a los jóvenes que no les gusta para nada éstos géneros deben acostumbrarse y escucharlos si desean ir a bailar. Pero esto no es todo, debido a que dichos géneros “están de moda” y son específicamente los preferidos en un ámbito de boliche, las famosas “previas” o mismo en los cumpleaños también se opta por éste tipo de música ya que en términos cotidianos es la que se estila en TODO ambiente de fiesta.

Por lo tanto, el hecho de que los jóvenes presenten gustos más omnívoros de los que pueden presentar sus padres por ejemplo, se debe a “la moda” y a los “auges” de algunos géneros musicales. Sin embargo, como no todos los géneros se escuchan en iguales momentos, esto lleva a que sólo algunos de los géneros que están de moda presenten una mayor popularidad entre los jóvenes. El Pop por ejemplo o la Electrónica si bien parecen ser que también están de moda no son los más elegidos en los boliches o si lo son es por un tiempo bastante acotado; como reveló un estudiante la Electrónica si bien viene en aumento en Uruguay todavía presenta un espacio limitado ya que no en todos los boliches acostumbran pasar este tipo de música, sino que más bien las personas a las que les gusta dicho género deben concurrir a fiestas especiales o a lugares específicos que se caractericen y se definan por ser boliches de electrónica.

El hecho de que pudiéramos encontrar jóvenes pertenecientes a las clases altas que escucharan cumbia se deben en parte a que es un género que está de moda y que es el que ocupa el lugar principal en cualquier ámbito de fiesta, ya sea en un boliche, en una previa, o hasta en un cumpleaños. Ahora bien, el hecho de que les guste ése determinado género va por un tema de que esa es “la movida” y no por considerarse fanáticos o que realmente les guste la Cumbia como género (doy el caso de la cumbia porque es el más claro y el que presenta una mayor contradicción); lo cual pudimos ver en sus afirmaciones dado que ningún estudiante se atrevió a decir que formaban parte de grupos en los que escuchaban cumbia todo el día, es más los estudiantes que escuchaban dicho género se abstendían de auto-identificarse a partir de su género musical favorito y de tener el estilo que éste propone. Para demostrar tal idea mostraré la postura de una estudiante que escucha cumbia y que en el momento en el que se le preguntó si se sentía identificada por la música que escuchaba, nos respondió esto: *“No mucho yo que sé (...) capaz que tremendo plancha escucha la misma música que yo (...) escucho música que es otra cosa en realidad.”*

Por el contrario, los jóvenes establecían que ellos escuchaban cumbia pero no por eso compartían el estilo de “los villeros” o “los planchas”, por ende, aún existe como un cierto prejuicio en relación a dicho género ya que por más que esté de moda es considerado un estilo musical bastante vulgar y que se asocia a las personas de bajo status socioeconómico. Ésta contradicción la manifiesta un estudiante claramente en sus palabras: *“Es hasta gracioso porque vos ves gente que critica a los wachiturros o lo que sea por la calle, y después van al baile o lo que sea y es la música que escuchan, la música que bailan entonces como que es contradictorio ¿no?, porque rechazan a las personas que les gusta eso o que se meten en un género y sin embargo a vos te termina gustando ése género” (Estudiante Liceo N°58)*

Por lo tanto, si bien los jóvenes manifiestan la transición y la apertura cultural hacia gustos musicales populares, aún existe la asociación entre los géneros y gustos musicales y las clases sociales o estilos de vida. Aunque este panorama se presenta difuso para los jóvenes ya que los gustos de los mismos solamente rondan entre los géneros musicales llamados populares y no los considerados como “cultos”, para el caso particular de la Cumbia se expresa claramente ya que se percibe por ser un género que es propio de las clases más bajas y de aquellas personas que viven en barrios más carenciados en Montevideo; mostrare esto en las siguientes citas:

“y sí, la música que escuchas en el Cerro no es la misma que acá”; “ahí capaz que se escucha más la plena o no varía mucho porque no encontras mucha gente que escuche Rock en un barrio más periférico.” (Estudiantes Liceo N°28) //“Y vos no vas a ir, o sea puede pero vas a Carrasco y no vas a escuchar la misma cumbia que si vas al Cerrito de la victoria ¿entendes?”. “Mismo la electrónica, vos vas al Cerro y no escuchan mucho electrónica, o mismo vas a un cantegril o algo y es puro cumbia.”(Estudiantes Liceo La Mennais)

A partir de las afirmaciones de los jóvenes surge la distinción entre la cumbia más moderna y la cumbia más villera, propia de las famosas “villas”, por lo que pareciera que si bien los jóvenes de clases altas pueden escuchar cumbia, ésta no es la misma que pueden escuchar aquellos jóvenes que viven en territorios más carenciados. Esto significa que la cumbia que está de moda es la cumbia moderna un poco más moderada y no tan exagerada como la cumbia villera.

No obstante, se puede afirmar que la apertura cultural hacia los gustos musicales omnívoros debido a que los jóvenes manifestaron que dentro de los géneros menos escuchados estaban el tango y la música clásica, por lo que muy lejos está de ser sujetos con gustos musicales llamados “cultos”. *“Highbrow is operationalized as liking both classical music and opera (...) Among the highbrows, the snob is one who does not participate in any lowbrow or midlembrow activity (Levine 1988), while the omnivore is at least open to appreciating them all.”(Peterson; Kern; 1996:901).*

Sin embargo, a mi entender y como hemos estado hablando podemos hablar de una cierta Omnivoridad por el hecho de que los jóvenes pertenecientes a la clase media-alta presentan una apertura a consumir géneros que no son considerados “Intelectuales”, ahora bien continuo estrictamente la propuesta teórica de los **Omnívoros** los jóvenes uruguayos no estarían consumiendo ningún tipo de género “snob” sino que interesantemente manifestaron un **reordenamiento** de los géneros que son considerados “snobs” desde su perspectiva. Con esta idea me refiero a que se nos dificulta ajustar estrictamente la **teoría de omnivoridad** debido a que los géneros que son considerados “intelectuales” por tales autores no son los mismos que los jóvenes consideran, por ejemplo el Rock para los autores no es un género “snob” mientras que para los jóvenes si bien no se refieren a tal género de esa manera si lo definieron como “serio” y de “gran elaboración” musicalmente hablando. Por lo tanto, los parámetros de la omnivoridad han sido modificados por los jóvenes y quizás se deba porque estamos en un país que presenta diferencias culturales en oposición al país que analizan los **Omnívoros**, de todas formas en lo que al Uruguay respecta los jóvenes presentan un gran salto hacia la Omnivoridad (que podemos definir en Uruguay) debido a que como se constató cada vez más jóvenes pertenecientes a estratos económicos medios-altos tienden a consumir géneros que en sus inicios eran propios de realidades diferentes y empobrecidas que demostraban y reproducían en sus letras. De todas maneras sería un error olvidar que la Cumbia y específicamente la Cumbia en Uruguay presentó una gran transformación musical pasando de la “cumbia plancha” a la “cumbia pop” el género se modificó a sí mismo musicalmente para poder llegar a otro tipo de público, las letras que hablaban de las Villas y de los problemas que ocurrían allí ahora hablan de una realidad diferente en dónde la fiesta, el amor y los amigos pasan a ser los temas centrales.

Por otro lado, es preciso mencionar que si se compara los gustos musicales entre los liceos la música uruguaya sin importar el género está más presente en los estudiantes que concurrían al Liceo N° 58, mientras que en los estudiantes del Liceo La Mennais se caracterizaban por preferir música extranjera. Esto significa que si bien en ambos liceos se compartían iguales gustos musicales, en la mayoría de los casos era por una cuestión de género musical pero no por similitudes con respecto a las bandas o solistas.

El rock se presentó como un género que tocaba las tres esferas sociales, aunque con divergencias dado los estudiantes de La Mennais manifestaron la preferencia por el rock en inglés como los Beatles; mientras que el rock uruguayo o argentino como NTVG o los Redondos aparecieron como preferencia en los Liceos 28 y 58.

El pop se manifestó como una gran preferencia en los estudiantes del Liceo La Mennais, seguido por el Liceo N°28, mientras que individualmente los estudiantes del Liceo N°58 fueron los que manifestaron una menor aceptación de dicho género. Para el caso particular del Pop pudimos constatar que generalmente es un género que presenta una mayor popularidad entre las mujeres y no en los hombres, dado que en todos los Liceos a los que concurrimos ninguno con excepción de uno de los estudiantes, los varones que participaron manifestaron tener un gusto musical pop como favorito; no sólo que los chicos no nombraron al Pop como su género favorito, sino que también afirmaron que es un género propio de las mujeres:

“El pop ahora es mucho más de público femenino”; “Igual vas a Inglaterra y encontras la misma cantidad de hombres y mujeres que escuchan ese género, venís a Uruguay y encontras mucho más mujeres que de hombres que les gusta ese género.”
(Estudiantes participantes en Grupo de discusión)

A modo de conclusión si sobre gustos musicales se trata, los jóvenes presentan una gran apertura cultural dado que demostraron la transición hacia gustos musicales omnívoros y no tan anclados en las clases sociales de pertenencia y los estilos de vida.

Por el contrario los jóvenes si bien establecieron que sus gustos musicales se justificaban en parte por la influencia de sus respectivas familias, en la medida que iban creciendo se veían influenciados por sus amigos, por la moda y por los auges de la época. En este sentido, si aplicamos de manera correcta el concepto de omnivoridad los jóvenes presentan gustos musicales más omnívoros ya que en cualquiera de las ocasiones manifestaron tener preferencias musicales de corte popular y no aquellas consideradas como “cultas” como la música clásica y la ópera. En contraposición los jóvenes afirmaron que los géneros menos escuchados actualmente por ellos son la música clásica y el tango entre otros, dado que son percibidos como géneros más aburridos que son escuchados por sus padres y que pertenecen a otra época en la que ellos eran el “boom”.

En la misma línea, a excepción de la cumbia los géneros musicales que los jóvenes presentaron como preferidos (pop, rock, electrónica, reggaetón y hasta el reggae) parecen no ser asociados o definidos con respecto a determinada clase social, sino que más bien brindan un panorama más difuso en donde pareciera que pueden trastocar diferentes realidades sociales. Es por eso que los jóvenes presentan el continuo proceso de transición hacia gustos musicales omnívoros dado que presentaron la apropiación de los géneros musicales sin importar el origen de éstos aún sí eran propios de una clase social que no era la misma a la que ellos pertenecían. Sin embargo, aunque la moda haya impuesto la aceptación de géneros como la cumbia todavía persiste la asociación y el anclaje de este género con las personas que viven en la actualidad en barrios periféricos también en Uruguay; aunque la cumbia que consumen los jóvenes por un tema de moda, no es la misma que pueden llegar a consumir los jóvenes que realmente viven dentro de dichos espacios, es verdad que la cumbia puede ser consumida por jóvenes de cualquier clase social, pero en diferentes estilos y a partir de artistas diferentes.

Sin embargo, más allá de las influencias que la moda o los auges puedan tener en las preferencias musicales de los jóvenes uruguayos, la familia constituye el punto de partida a partir del cual los jóvenes comienzan la trayectoria de sus gustos musicales, condicionando el sentido y el desarrollo de los gustos musicales. No se debe olvidar que los amigos (aunque de forma más ambigua) por lo general también pertenecen a la misma clase social de cada joven por lo que también pueden influenciar y guiarlos en el mismo sentido con el que se los inculca dentro de su familia, aunque aquí las excepciones y diferencias dentro de los gustos musicales pueden estar aún más presentes.

“...pero cambia sí por la influencia de la que hablábamos hoy (los padres), porque los mayores cuando están a tu cargo te dicen, después ya vas creciendo y te influyen por lo que te dicen tus amigos, pero después te vas influenciando de lo que a vos mismo te gusta, o vas creciendo y después no te gusta la música que escuchabas antes, como la ropa. Así vas cambiando, pero no hay música que se escuche de chico, sino que cada uno tiene su música de cuando era chico y de cuando sos grande” (Participante Grupo de discusión)

Para ir cerrando, la apertura cultural tal vez se deba al peso que la moda y a la tendencia cosmopolita que viene en aumento con el pasaje de los años. La aprehensión y el análisis de un concepto tan grueso como el de Omnivoridad para el caso del consumo musical nos hacen repensar que tal vez el consenso en gustos musicales sin importar el origen social de los estudiantes y de esa prelación de lo que “deben consumir” por pertenecer a un determinado estrato social, esa diversificación y diferenciación que se ha podido abarcar encuentra explicación en ese aumento a la valoración de expresiones musicales internacionales que deja sobre la mesa el peso del Cosmopolitismo, así como esto también se explica tal vez, por la influencia que la moda de otros países pueda trasladarse y determinar los gustos musicales de los jóvenes de este país.

De todas formas, esa apertura o el aumento de tolerancia que los jóvenes presentan en los gustos musicales presenta ser un entramado de significaciones de manera que si, percibimos la tolerancia en el momento de que los estudiantes presentaron una tendencia a gustos musicales sin importar al grupo social a los que éstos se encuentran dirigidos en algunos casos, sin embargo la tolerancia se tornaba cuestionable en el momento de que los jóvenes hacían alusión a algunos géneros a partir de la utilización de conceptos o frases que terminaban estigmatizando a determinados tipos de música. Esto se adapta perfectamente al caso particular de la cumbia a la cual si bien nadie intenta arrebatárle el espacio de ser la número uno en la lista de los géneros más consumidos por los jóvenes uruguayos pero aún así mediante la persistencia de la utilización de adjetivos que cargan con un estigma muy notorio; la cumbia sigue siendo un género que como verán a continuación es definido por los jóvenes como vulgar, con letras muy básicas, y siendo aún caracterizada como música “plancha” o “terraja” en la mayoría de los casos. Con esto entramos en un campo en el cual se podría estar horas si así se quisiera pero en donde claramente se presenta la apropiación de determinados gustos o esa tolerancia dejan en superficie la contradicción en las preferencias musicales que los jóvenes presentan, es decir, si consumen un determinado género porque está de moda y porque se definen a sí mismos como tolerantes y predispuestos a escuchar cualquier tipo de música, pero al definir o referirse a

determinado género en algunos casos optan por hacerlo mediante conceptos y adjetivos que sólo terminan apartándolo de esa realidad.

Función y usos

Spencer planteaba que la música cumplía una función determinada para todos los individuos, la cual consistía en darnos placer, pero más allá del placer inmediato que la música produce en nuestros cuerpos, también cumple la función y ayuda al bienestar del cuerpo, nos permite emocionarnos; “...*además del placer directo que proporciona, la música tiene el efecto indirecto de desenvolver ese lenguaje de las emociones.*” (Spencer: 1867: 364). Además, “...*podemos considerarla como una ayuda para el acabamiento de esa más elevada felicidad que anuncia vagamente.*” (Spencer: 1867, 369), la música sirve al bienestar humano.

Asimismo Spencer establece que los componentes del efecto musical se dividen en tres: sensitivos, perceptivos, y emocionales en los cuales muchas veces se explica esa elección que tenemos sobre la música y sus respectivos géneros musicales. Como plantea el autor, tal vez podemos sentirnos cómodos y alegres con una canción determinada sin saber lo que la letra está diciendo, lo cual se justifica por la capacidad que tiene la música de causarnos reacciones fisiológicas distintas. En otras palabras, cada canción es producto de una reacción fisiológica que visualizamos por el tono de voz y que causa éste mismo, “Cada una de las alteraciones de voz que hemos hallado son resultado fisiológico de pena o placer- (Spencer: 1867:349). Por lo tanto, las alteraciones de voz que se presentan en cada canción y en cada género musical en particular son el resultado fisiológico de pena o placer pero al mismo tiempo reproducen éstos sentimientos.

A partir del planteo de Spencer con respecto a la función que cumple la música, para el caso de los jóvenes, se ve como la elección de sus géneros favoritos y a modo general, la percepción que ellos tienen acerca de la función que cumple la música para cada uno de ellos está estrechamente relacionada con ese bienestar que ellos sienten al escuchar música, el placer que les genera, y que se justifica a partir de la capacidad que ésta tiene para emocionarlos y sensibilizarlos. Sin embargo, si bien una de las funciones más importantes de la música es ese poder que ésta tiene para causarnos placer y bienestar a todos los individuos, pudimos ver que la búsqueda del bienestar es una función pero también un uso de la misma, y lo más importante es que no sólo éste último es uno de los **usos** más destacados. Cuando se definieron los objetivos del trabajo uno consistía en analizar las razones por las cuales los jóvenes decidían escuchar música, al pasar el tiempo nos fuimos dando cuenta que las razones iban de la mano con los usos y asimismo también constituían las funciones que la música cumple.

En este sentido, los jóvenes manifestaron que la música era su compañía, que la escuchaban para sentirse bien y divertirse, los ayudaba a pensar, a despejarse, y a afrontar determinadas situaciones. Las funciones que la música cumple son al mismo tiempo las razones por las cuales los jóvenes deciden escuchar música, y en las que radica la importancia que ésta presenta en la vida de ellos.

Cuando los jóvenes afirmaban las razones por las que escuchaban música y para qué lo hacían, se referían inherente e implícitamente a la importancia que le adjudicaban a la música, lo que ella representa cotidianamente. En otras palabras, cuando los jóvenes se referían a la música establecían que ésta los acompañaba a todas partes y en casi todo el día, que los ayudaba a hacer muchas cosas, y que generalmente escuchaban para divertirse cuando lo necesitaban o estaban aburridos; inmediatamente los estudiantes constataban que era por todas estas cosas que la música es gran importancia para ellos, porque está presente en tantos ámbitos de la vida que es imposible imaginarse sin ella. Como algunos estudiantes afirmaron:

“Para mí la música “la música es mi vida, la vida es la música” tengo que tener la posibilidad de ponerme los auriculares y poner replay. Si un día me dicen no puedo hacerlo muero. // “si claro, porque un ser humano sin arte para mí es mundo vacío” //“Me tirarían de un cohete, si vas a una fiesta y no hay música no existe (...) sino escucho siento que me falta algo...”
(Estudiantes Liceo N°28)

Por otra parte, una de las funciones que llamó la atención, es que varios jóvenes establecieron que la música es un “puente” para unir a las personas, y que si bien en algunos casos no importa que no se compartan los mismos gustos musicales, ayudaba mucho para interactuar con el resto de las personas dado que es un tema más del que se puede hablar cotidianamente, así lo establecieron algunos de los estudiantes:

“...escucho de todo, cuánto más mejor, cuanto más absorbo puedo dialogar con la gente...” (Entrevistado Liceo N°58) // *“Para estar conectado con los demás, es un tema de habla también, cuando vas a bailar quedas “ahí” sino conoces la canción.”;*
“Música no separa, sólo une”. (Estudiante)

La música une, en el sentido de que el gusto por determinado género te une a aquellas personas que lo comparten. *“Como toda especie de gusto, une y separa; al ser el producto de unos condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia, une a todos los que son producto de condiciones semejantes, pero distinguiéndolos de todos los demás y en lo que tiene de más esencial, ya que el gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que se es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que le clasifican.”* (Bourdieu; 1979:53)

Pero lo más importante a destacar es que no solamente la música como gusto cultural cumple actualmente la función de unir, sino que aún más importante es que muchas veces por unir personas y formar grupos que lo único que comparten es el gusto por determinado estilo musical, rompe las barreras sociales entre las clases, las diferencias en los estilos de vidas de las personas como afirma Bourdieu es una barrera entre las clases sociales, es decir, distinta clase, distinto habitus, distintos estilos de vida, distintos gustos, y es esto lo que muchas veces se olvida en el momento de formar parte de un grupo de personas que ponen sobre la mesa el único requisito de un gusto musical compartido. De todas formas, no estoy afirmando que esto siempre suceda, sino que en algunos casos es posible que la unión que la música promueve deje atrás los prejuicios sociales de clase.

Por otro lado, cabe señalar, que los amigos, como la familia, son de gran influencia en el momento de desarrollar el gusto musical y procedentemente en el momento de elegir un género u estilo particular; en dónde vemos como el hecho de compartir determinados gustos no es excluyente, pero si toma relevancia en determinados casos.

La penúltima función y la más peculiar que los jóvenes le atribuyeron a la música fue la capacidad de llevarlos a momentos pasados, de recordar situaciones en particular, esto refiere a que la música arraiga la historia no solo contextual de la época dentro de la que caracteriza, sino que en ella está la historia o situación en particular en la que los individuos se encontraban en el momento que escuchaban esa canción o estilo. No sé si la idea se expreso del todo con claridad, pero para eso utilizare las palabras de Jameson ya en su teoría de la posmodernidad daba cuenta de esa función y que la explica mejor que nadie “...*la música también incluye a la historia de manera más rigurosa e irrevocable, puesto que, al ser un estímulo de fondo y anímico, transmite nuestro pasado histórico junto con el privado o existencial, sin que podamos descoserla de la memoria*” (Jameson; 1996: 221) Por lo tanto, la música presenta esa capacidad de recordarnos los momentos pasados o situaciones particulares debido a que en ella nunca deja de encontrarse por un lado la historia que ella misma cuenta, y por otro la historia pasada individual.

Por último, haré énfasis en una de las funciones y usos que merecen una gran atención dado el carácter de importancia que los propios estudiantes le adjudicaron al consumo musical. Como recordarán me propuse al comienzo del trabajo abarcar los siguientes objetivos: analizar la relación entre la identidad y las preferencias musicales y comprender la importancia que la música presenta en el momento de identificación y caracterización de los propios jóvenes. Haré juntos ambos objetivos ya que los dos van de mano de manera que los estudiantes manifestaron la importante función que la música cumple como parte de su personalidad, pero también el uso de la misma como objeto a través y con lo cual se identifican.

Cuando comencé decidí optar por el concepto teórico de identidad de Gilberto Giménez “**Identidad como construcción intersubjetiva**”, el cual a grandes rasgos planteaba que la construcción de identidad de cada individuo se realizaba a partir de la percepción de las “diferencias” con el resto de las personas y en contraste con éstas. Recordemos claramente el concepto: “...*la identidad emerge y se afirma sólo en la medida en que se confronta con otras identidades en el marco de la interacción social*” (Giménez; 1992: 188), asimismo, esto implica que “...*el proceso de auto-identificación consiste fundamentalmente en un proceso de toma de conciencia de las “diferencias”*” (Giménez; 1992: 189).

No todos los jóvenes tienen las mismas preferencias musicales, sino que éstas varían según su personalidad; en esta medida los jóvenes tomaban la música como un consumo para identificarse y diferenciarse con respecto al resto de las personas. Un ejemplo de ello lo es cuándo los jóvenes se definían como “más rockeros” que otras personas; en este caso vemos que hacen alusión a su género favorito para auto-identificarse, es decir, apropiándolo como símbolo de su personalidad.

Citaré las posturas de los estudiantes para demostrar que la música es considerada como parte de la identidad y de la personalidad de los jóvenes:

“Sí, mi forma de pensar tiene parte de la Renga y de los Redondos, me ayudan a concretar pensamientos que sin ellos no habría concretado” (Estudiante Liceo N° 58) // “la música te forma como persona, es parte de mi personalidad.” (Estudiante Liceo n°28) // “Escucho música para no sentirme solo, esa voz te está acompañando, también quiero ser como ellos, y quiero saber que quieren decir” (Estudiante Liceo N°28) // “nada, que es verdad que algo sí, porque la música que escuchamos marca la personalidad pero no forma todo lo que somos pero, algunas actitudes que por ejemplo tenemos pueden estar relacionadas o afectadas por la música que escuchamos” (Estudiante participante del grupo de discusión en La Mennais)

Continuando la misma línea, los jóvenes incorporan sus preferencias musicales como símbolo y reflejo de su personalidad pero lo hacen en diferentes matices. Con esto hago alusión a que no todos aprehenden sus gustos musicales de la misma forma, por el contrario si bien las preferencias musicales forman parte en mayor o menor medida de la personalidad de los jóvenes, el grado con que éstas son utilizadas como objetos para definirse a uno mismo varía. En otras palabras, la función o el papel que cumple la música en el momento en que los jóvenes se definen o el grado de importancia que ellos le adjudican para auto-identificarse depende del sujeto.

En este sentido, en los siguientes párrafos se desarrollará un análisis de aquellos casos en los que la música es el único y el más importante elemento que un individuo puede considerar, apropiándose de todas o casi todas las características que ese determinado género propone.

Cotidianamente existe un juego del **estilo** que cada género musical reproduce y demuestra a través del ritmo, las letras y la imagen personal de los artistas, que los jóvenes adoptan como propios y como parte de su personalidad e identidad. Los géneros musicales traen consigo un determinado estilo que expresa los ideales y características de ése género en particular, hace uso de recursos visuales que luego constituyen elementos a partir de los cuales las personas definen e identifican al **otro**.

Dick Hebdige (1979) plantea que la música y los distintos géneros musicales expresan y surgen a partir determinadas circunstancias socio históricas, expresando la realidad social en determinado tiempo y espacio. En tal sentido, las subculturas toman los géneros musicales como expresión de sí mismos, que a su vez implican determinados estilos que intentan expresar mediante recursos visuales una realidad determinada. En otras palabras, se expresan los ideales a través de la ropa, la subcultura que se crea alrededor de cada género musical expresa los ideales y la realidad que el género musical, éste tiene un determinado sentido del estilo, un estilo en particular que reproduce y se visualiza en algo tan simple como el exterior de las personas: su forma de vestir.

Como plantea Hebdige el estilo es una forma de comunicar, de comunicar esa diferencia y una identidad determinada, tanto los “rockeros”, “metaleros” o los “planchas” presentan identidades alternativas que se afirman en un estilo particular, que nacen y se fundan a partir de los géneros musicales que les

corresponden, siendo éstos los que proponen un estilo a seguir. *“The subcultural stylistic ensembles –those emphatic combinations of dress, dance, argot, music, etc.- bear approximately the same relation to the more conventional formulae...”* (Hebdige: 1979, 101)

“Me siento identificado con el Rock, podría ser más rockero pero mi madre no quiere que ande como estos con chaqueta de cuero, si fuera por mí andaría con unas botas así.”(Estudiante Liceo N°58)

El estilo se presenta como la forma de comunicar los ideales, los valores, de expresar la identidad particular de cada individuo, es aquí donde el uso del estilo encuentra su justificación porque *“The communication of a significant difference, then (and the parallel communication of a group identity), is the point behind the style of all spectacular subcultures.”* (Hebdige: 1979, 102). Los individuos que forman parte de determinado grupo social, comparte la identidad del mismo, y expresa la misma a través del estilo que dicha identidad implica, utilizan los mismos códigos y se apropian de objetos específicos para mostrar sus propios códigos. Los grupos sociales toman los objetos como signos, objetos que intentan comunicarnos la identidad alternativa que ese sujeto intenta expresar a través de ellos; por ejemplo el caso de los “rockeros” el uso excesivo del cuero, del color negro, de las pulseras con tachas y cadenas expresan la pertenencia a ese grupo social que reproduce ese determinado estilo y que nace a partir de lo que ese género musical (Rock) intenta demostrar. Los estudiantes se expresaron de la siguiente manera:

“...mismo los estereotipos de vestimenta van por los cantantes de las bandas, vos ves a un metalero y le preguntas y no te va a decir que escucha los Wachiturros, te va a decir que escucha una banda que se viste como su persona” (Estudiante Liceo N°58) // *“...hay veces que el cantante se viste de tal manera y después la gente lo termina imitando porque ponele, los “rollingas”, ¿por qué fueron?, porque se vestían como los “Rolling Stones”, su estética, y se dejan llevar por eso también y no solo por la música; y los “Wachiturros” capaz que vos ves un plancha y decís ta este escucha cumbia porque se viste así”.* ” (Participante Grupo de Discusión La Mennais)

Como Dick Hebdige citó las personas pueden comunicarse a través del estilo que representan, a través de su ropa: ***“I speak through my clothes”*** (Eco: 1973 en Hebdige: 1979). Esto es, como nos afirmó un estudiante, *“claro que por lo general, por el estilo de la persona debe deducir que tipo de música le gusta, sabiendo por ejemplo el corte de pelo, la ropa que usa por ejemplo”* .Por consiguiente, la estética como un elemento más del estilo de vida que un determinado género se encuentre promoviendo pasa a tener un rol importante en lo que al consumo musical respecta debido a que no solo condiciona el nivel de éxito que puede tener un estilo musical y los artistas que pasen a ser símbolo del mismo, sino que también presenta la sumisión de que si a la persona le gusta un determinado género musical puede utilizar esa determinada estética que el mismo arraiga; esto sucede en los casos del fanatismo absoluto en el cual los individuos entran en un espacio en que la música les es todo y donde solo deben limitarse a seguir los pasos minuciosamente de sus artistas favoritos, es decir, en dónde la música pasa a ser la identidad de la persona y la identidad de la persona la música.

Resulta extraño pero en algunos casos parecería que por escuchar determinado género los jóvenes sientan que deben de vestirse de igual forma que sus cantantes favoritos; y esto va en aumento según cuánto más se sientan identificados con la música, y cuánto más fanáticos se consideren. En tal sentido, podríamos afirmar que los jóvenes sienten como una imposición, un deber de adoptar el estilo que sus géneros musicales favoritos promueven.

“Es difícil no se ven tanto en Uruguay fans del heavy metal, yo tendría que usar cuero pero no uso, sólo lo que me sienta cómodo, no lo hago porque mi cantante favorito se vista así, no voy a ser totalmente similar”

El concepto de estilo se torna fundamental debido a que los jóvenes buscan en todas las bandas o solistas sea el género musical que sea que marquen un estilo propio mediante el cual puedan sentirse identificados, ya sea por sus letras, por el ritmo, pero que reflejen su personalidad. Los diferentes estilos musicales promueven una manera distinta de ver el mundo lo cual está contenido en cada rasgo en particular que ese estilo musical posee; con esto me refiero a que el estilo musical representa una cosa en sí mismo que se traduce en las letras de las canciones, en su ritmo particular, y en la estética que utilizan, estas tres cosas se encuentran fuertemente entrelazadas justificando la propia historia o simplemente una alternativa que cada estilo musical nos intenta reflejar. Todo esto opera a la hora en la que los jóvenes se deciden por escuchar un tipo de música determinado, como ellos establecieron el estilo y la originalidad que éste contenga es una de las cosas más importantes para que determinados cantantes obtengan la popularidad o la fama que tanto desean.

Ahora bien, no intento desarrollar la cantidad sinfín de estilos juveniles que pueden generarse a partir de los distintos estilos musicales que existen actualmente, sino que nuestro intento fue el de demostrar como la música y los estilos musicales particularmente se tornan importantes para los jóvenes a la hora de identificarse a sí mismos y en aquellos casos radicales de hasta formar parte de una subcultura que promueve una forma de vida que se justifica en gran medida en la música o hasta en algunos casos que nacen a partir de ella.

En suma, la música tiene el poder de crear subculturas en algunos casos como ya ha ocurrido (los rollings por ejemplo) debido a que cada género musical reproduce un estilo de vida diferente porque es en el que se fundamenta las pautas para el mismo. Como vimos mediante el planteo teórico de Hebdige las subculturas se basan generalmente mediante el contenido musical (caso de los punks), y pasan a ser una particularidad dentro de la matriz cultural dominante, la música toma un papel fundamental en varias subculturas ya que el lenguaje de la música pasa a ser una vía para el relacionamiento social y es por eso que la música es un rasgo central en la conformación de las identidades juveniles, porque es un elemento más que ellos utilizan para definirse a sí mismos como producto de su personalidad.

Por lo tanto, el cuerpo pasa a ser vehículo de expresión, lo se ve a través de la vestimenta que se utiliza para cada caso determinado ya que es una parte fundamental de la estética que los distintos géneros musicales nos ofrecen, música, estética (físicos), lenguaje corporal y verbal, todos ellos son componentes de las

subculturas, pero la música se sobresale de todas ellas por ser el componente principal del surgimiento de algunas subculturas, es decir que para esos casos cada género nos brinda herramientas diferentes para visualizar y comprender el mundo social.

En la misma línea, la música se presentó como un elemento mediante el cual se puede definir a la otra persona ya que ella reproduce un determinado estilo que involucra determinadas pautas de comportamiento pero también de imagen (estético); en base a ellos las personas nos atribuyen determinadas características por escuchar determinado género musical pero también se deduce la música que escuchamos por nuestra manera de vestir (en algunos casos). Es aquí donde nos parece oportuno utilizar el concepto de **Estigma** pero solamente para el caso particular de la Cumbia dado para dicho género los jóvenes utilizaron un lenguaje peculiarmente estigmatizante, identificando a las personas que lo escuchan por las formas de vestir y de actuar se asocian a la expresión musical de la cumbia. En otras palabras, se utilizó el concepto de estigma para aquellos casos en donde la música y el estilo que cada género propone constituyen elementos mediante los cuales las personas pueden definirnos e identificarnos negativamente, generando estigmas que se fundamentan en los estereotipos que caracterizan a los géneros musicales y a sus estilos particulares. Estigma porque en el caso de la cumbia se fijan en determinados estereotipos estéticos de los que deducen que determinadas personas escuchan ese género; como los estudiantes manifestaron la cumbia se encuentra cargada de un notorio estigma social ya que es asociada por ser aquel estilo musical que nace en aquellos espacios y territorios que se caracterizan por ser habitados por personas pertenecientes al estrato económico bajo.

Se debe señalar que la Cumbia representa un claro ejemplo de aquellos casos en la expresión musical se transforma en distinción con identificación territorial, en donde la estigmatización se construye a partir de los estilos de vida que se encuentran en ese territorio. Aunque la cumbia más allá de la estigmatización que está presenta por ser “plancha”, o identificada como la expresión musical característica de las personas que los jóvenes llamaron como “turros” o “villeros, es uno de los géneros populares que trasciende los límites de clase, y que si bien ninguna otro estrato social que en el que ésta nació pelea para apropiarse de la misma en un sentido general, ésta es consumida por todos los jóvenes aunque aún persiste la referencia a ella desde un contenido negativo. Como plantea Goffman, el estigma es un elemento de la identidad social *“La sociedad establece los medios para categorizar a las personas y el complemento de atributos que se perciben como corrientes y naturales en los miembros de cada una de esas categorías. El medio social establece las categorías de personas que en él se pueden encontrar.”* (Goffman: 1963,12)

Goffman (1963): *“Mientras el extraño está presente ante nosotros puede demostrar ser dueño de un atributo diferente de los demás...De este modo, dejamos de verlo como una persona total y corriente para reducirlo a un ser inficionado y menospreciado.”* *“Un estigma es, pues, realmente, una clase especial de relación entre atributo y estereotipo.”*

Además, “Lo que sí sabemos es que los integrantes de una categoría particular de estigma tienden a reunirse en pequeños grupos sociales, cuyos miembros derivan de la misma categoría...” (Goffman: 1963,36); aquellos jóvenes que se mostraron bastante fanáticos de sus géneros favoritos afirmaron formar parte de grupos sociales en donde lo que compartían eran su gusto musical, y la forma de vestir correspondiente a tal estilo musical.

“Planchas, drogas, son estereotipos de la cumbia villera. Juega la manera de vestirte, la relación con la música, yo uso muñequeras y cintos con tachas; si me defino en algún grupo te digo “rockera”. (Entrevistada). Aquí se ve como la cumbia tiene un alto contenido estigmatizante, el propio concepto de “plancha” simboliza la carga negativa que tiene una persona por ser identificado como tal, el “plancha” es definido como la persona que escucha cumbia, que hace un uso desmedido de las drogas y hasta en algunos casos como el sujeto que se muestra más predispuesto a cometer algún tipo de delito.

Cuando los estudiantes se referían a los “planchas” o a los “metaleros” los identificaban no sólo por ser aquellas personas que se las caracteriza por escuchar determinado géneros, sino también por comportarse y vestirse de cierta forma. En el caso de los “planchas” los identificaban por ser aquellos individuos que escuchaban cumbia todo el día, que usaban gorritas con visera, vestimenta deportiva, una particular forma de caminar y de hablar.

Las personas tienen un *“reconocimiento cognoscitivo”*² en el momento que perciben y ubican a determinado individuo como poseedor de una identidad particular, pero para ello se sirven de elementos que los ayudan a concretar nuestra percepción. En este caso puntual, todas las personas incluidos los jóvenes se sirven de los elementos visuales (por ejemplo la vestimenta) para definir a las personas y atribuirles una identidad particular. Una estudiante se expresó de la siguiente manera:

“...y yo no me visto de tal forma pero escucho música de ese estilo, y yo a mi no me gusta decirlo en mi casa el tipo de gustos que tengo porque mi madre si me juzga y mi padre no tanto pero mi madre si me juzga; entonces de repente voy con mi madre o con mi tía por la calle y vemos a un metalero y dicen: “ah que horrible”, y yo que sé te dicen: “con los lindas chiquilinas que son se andan vistiendo así”...” (Participante Grupo de Discusión Liceo 58)

Veo claramente como toma papel el estigma, se refieren a ellos con un término particular que contiene una carga simbólica y cultural que afirma el rechazo para con aquel individuo que es considerado por vestirse hasta peligroso para los “normales”. Claramente podemos visualizar estigma con el que cargan “los planchas” en nuestra sociedad:

“Bueno y ahora tenes el tema de que vos vas por la calle y ves uno de gorra y cruzas y ves otro de gorro y cruzas, y capaz que son las mejores personas del universo, pero la mente está cerrada en que este estereotipo de persona es peligrosa para vos”) // “Y también hay cierta discriminación a los wachituros, porque vos vas por la calle y vienen dos de gorro y capaz que es un pibe como nosotros que justo nos pusimos un gorro, y te re cagas” (Participantes Grupo de Discusión Liceo 58)

² Término que Goffman utiliza para referirse al “acto de percepción”

Goffman (1963): *“La identidad personal se relaciona, entonces, con el supuesto de que el individuo puede diferenciarse de todos los demás, y que alrededor de este medio de diferenciación se adhieren y entrelazan (...) los hechos sociales de una única historia continua...”*

En síntesis, desde una amplia mirada resultó coherente afirmar la existencia de una cierta relación entre los gustos musicales y la identidad personal de cada joven, pero asimismo también pudimos ver que las preferencias musicales de los jóvenes varían y dependen de la personalidad de cada uno. Esto es, los jóvenes afirmaron que la música era parte de su identidad porque los formaba como personas y además en algunos casos justificaban sus actitudes y comportamientos en la cotidianidad.

Los jóvenes se definían a sí mismos muchas veces en relación a sus géneros musicales (aunque esto ocurría cuando formaban parte de una banda o eran muy fans) pero en comparación con las otras personas que también se auto-identificaban por escuchar determinada música. Es aquí donde surge todo el cuestionamiento de como en verdad esto ocurre y se justifica a partir de que cada género musical propone un estilo en particular, el estilo encuentra su lugar en la música y la música se expresa a partir del estilo; los estilos implican comportamientos, música, maneras de vestir, utilización de determinados objetos, entre otras cosas. Por lo tanto, los jóvenes sienten en variadas circunstancias que por escuchar tal género deben presentar el estilo que va acorde con el de sus cantantes y con todo el grupo social que se define a partir de ése género musical.

La presencia de cada estilo y todo lo que ello implica surge como un elemento más a partir del cual las personas atribuyen determinada identidad social, ya sea por la vestimenta, el uso de objetos particulares, entre otras cosas, la sociedad encuentra lo necesario para caracterizar y clasifica. La música al poder ser identificada por los estilos en que ella se funda y que propone pasa a ser un vehículo de estigmatización en aquellos casos en los que los individuos no pasan desapercibidos y son fácilmente identificados como “peligrosos” para las otras personas; en este caso me refiero a los “planchas” específicamente, que se presenta como el caso más claro en dónde el juego del estigma toma una gran importancia en la medida que dicho término le es adjudicado a las personas que escuchan cumbia sí, pero que también se caracterizan por comportarse de una manera “no adecuada” si así se quiere decir. No obstante, es importante señalar que a mi entender no todos los grupos sociales que se generan a partir del hecho de compartir y seguir un género musical específico son estigmatizados, sino más bien creo que esto ocurre cuándo ese grupo social carga con una caracterización negativa, cuándo es imposible no percibirlos porque se destacan en comparación a las otras personas, es decir, cuando llevan el estilo a lo más radical posible, cuándo el estilo es igual a su forma de vida.

En suma, las funciones que la música cumple en la vida cotidiana de los jóvenes son al mismo tiempo las razones y los usos que éstos le dan a la misma. Inherentemente, en el momento de hablar de las razones,

funciones y usos pude inferir la importancia que la música presenta para los jóvenes en la actualidad y que justifica y fundamenta la razón por la que es un arte que es sumamente popular entre ellos.

Momentos

Los momentos en los cuáles los jóvenes escuchan música también tienen importancia dado que éstos varían según el contexto, la compañía y el estado emocional en el que se encuentre cada uno. Continuando con la línea de Spencer, dicho autor plantea que la música contiene un lenguaje de la emoción idealizado dado que en ella se encuentra una relación fisiológica entre los sentimientos y los sonidos vocales. Cuando escuchamos música inmediatamente realizamos una asociación de ideas entre el sonido y el sentimiento que lo ocasionó dado que las modificaciones de la voz que cada canción presenta, *“no sólo se convierten en un lenguaje mediante el cual entendemos las emociones de otros, sino también en medios de excitar nuestra simpatía con tales emociones.”*(Spencer:1867)

A la hora de responder los momentos determinados del día en que preferían escuchar música, los jóvenes hicieron referencia al estado de ánimo que ellos tenían. Específicamente los jóvenes constataron el hecho de que los géneros musicales que escuchaban variaban según el humor, la vibra y el ánimo que tenían, lo cual encuentra su justificación en el planteo teórico que Hebert Spencer realiza, ya que él autor afirma que una de las cualidades que la música presenta *“...es que acompañan diferentes calidades de voz a estados mentales diferentes...”* (Spencer: 1867,343). Por lo tanto, de alguna manera podemos explicar y comprender las determinadas preferencias que sentimos por determinados sonidos, por determinados géneros: *“la música arranca de las modulaciones de la voz humana bajo la emoción, es consecuencia natural que los tonos de esta voz llaman más que otros a nuestros sentimientos, y se consideran más hermosos que los otros.”* (Spencer:1867, 361). Se ve lo recientemente afirmado a través de las siguientes citas:

“...estas deprimida y pones música, te relajas, te tranquilizas y bancas la situación...”; “Tengo una serie de canciones, qué sé lo que dice y lo que siento en ese momento. Depende, si estoy triste pongo tal canción y si estoy contenta pongo otra... a veces el ritmo me lleva por el estado de ánimo en el que estoy.” “te trasmite algo, te puede dar una respuesta escuchando una canción, una emoción, estás mal y vas de cabeza a escuchar música, la música te entiende y vos la entiendes a ella.” (Entrevistada Liceo N° 58)

El hecho de que los jóvenes presentaran diferencias en la música que escuchan según como se sentían en ese momento determinado se debe a que no todas las canciones tienen el mismo tono de voz, ni intentan transmitir lo mismo, sino que por el contrario intentan despertar emociones de igual índole en nosotros; *“...esas modificaciones de voz producidas por sentimientos son los medios de excitar iguales sentimientos en otros.”* (Spencer:1867, 367). Sin embargo, la música que escuchan los jóvenes con respecto al estado de ánimo que tienen oscila en dos sentidos opuestos: algunos prefieren escuchar música “triste” si están tristes o música “alegre” si están de buen ánimo; mientras que otros realizan lo opuesto, si están tristes escuchan canciones que puedan levantarles el ánimo. Como presento una entrevistado: *“...todo el mundo escucha*

música tranqui si está triste, yo no, escucho música para que me lleve pum para arriba; la música me lleva a cambiar el ánimo...” (Entrevistada Liceo La Mennais)

Por otro lado, el contexto constituye otro elemento importante a la hora de elegir la música para escuchar dado que algunos jóvenes hicieron referencia a que la música que escuchaban dentro de su casa muchas veces no era la misma que escuchaban en los boliches o cuando se juntaban con amigos, por lo que al parecer algunos géneros son más adecuados para juntarse con amigos para estar de “previa” que otros. Como se señaló, algunos géneros musicales están más de moda que otros, siendo los géneros como la cumbia, el reggaetón y la electrónica aquellos que son más escuchados en los boliches o en las fiestas con amigos; esto explica porque aquellos jóvenes que no tienen a dichos géneros dentro de sus preferencias musicales deben adaptarse a “la moda” y escucharlos en tales ámbitos, dejando sus géneros musicales preferidos para escuchar en momentos más solitarios. Demostrare tal idea en las siguientes frases:

“... no soy de la cumbia para nada, no me gusta mucho, para bailar si estoy en un cumpleaños está de más pero no me gusta la temática de las letras...”; “...cuando cocino, cuando hago deberes y manualidades; escucho con mi vieja y cuando estoy de previa con los gurises, escucho para estar con ellos”; “En los cumpleaños escucho plena y en casa Metallica” (Entrevistado Liceo N°58) //“Depende del momento igual creo también, de que tipo para salir y eso escuchas cumbia y en tú casa capaz que escuchas otra cosa” (Participante Grupo de Discusión) //“...no son canciones para estar con gente las mías, son muy lentas, terminamos matándonos todos. Hace poco me baje música en el celular tipo para previa, tipo cumbia, electrónica, bien arriba, especialmente cuando me dicen -pone música- pongo esa carpeta...Hay música especial para cada momento...” (La Mennais)

Otro claro ejemplo de cómo algunos jóvenes deben escuchar determinados géneros que no son sus preferidos cuando están en algún cumpleaños o en una juntada con amigos, y que luego cuándo están solamente con amigos con los cuales comparten los gustos otros, así manifestó un estudiante: *“...muchos escuchan plena, un día en un cumpleaños con amigos estuvimos hasta a las 3 de la mañana escuchando plena y cumbia; cuando nos quedamos los 5 metaleros empezamos a escuchar los que nos gusta...”*(Entrevistado)

Además, los jóvenes presentaron preferencias a la hora de escuchar música, lo que refiere a que algunos de ellos nombraron momentos del día en los cuales dedicaban su tiempo a escuchar música, o al mismo tiempo que realizaban alguna actividad. Un ejemplo de ello: *“...pongo música para sentir compañía, paso los ratos de ocio con música”* (La Mennais)

Cuando se analizaron los momentos en que los jóvenes que concurren a las distintas instituciones que conformaron nuestra muestra de investigación, se vio que éstos consumen música siempre o casi siempre en lo que llamamos ratos de ocio. Por consiguiente, el tiempo libre transforma en el espacio de apropiación de los distintos géneros musicales, y es aquí en donde varía la selección musical de los jóvenes ya que como ellos afirmaron los tipos de música que escuchan depende de las actividades de ocio en la que se encuentren.

Cuando se hizo uso del concepto de “consumo ostensible” de Veblen fue aplicando el concepto tal cual el autor lo define, si bien la música es un arte consumida por todos los individuos de nuestra sociedad, sin importar la clase social a la que pertenezca, todos o la mayoría de las personas pueden utilizar un rato de su día para consumir música si lo desean. Por lo tanto, la definición que brindo Veblen para llamar a aquellos consumos que no son necesarios para la subsistencia del ser humano, se cumple en parte dado que dicho autor lo asociaba a aquellas cosas que sólo podían consumir las personas que contaban con el tiempo necesario para hacerlo (las clases altas), y en los jóvenes la música está presente en sus ratos libres, en sus ratos de ocio, ya sea si están solos o acompañados por sus amigos. Un ejemplo lo representa la siguiente cita: *“Si tengo ratos libres, cuando llego a mi casa o me despierto, si tengo que venir al liceo o algo me pongo a escuchar música”*. (Entrevistada Liceo 58). En otras palabras, para el caso particular del consumo musical en la juventud, éste constituye una actividad de ocio, es decir, que los jóvenes realizan en sus tiempos libres y por lo general, para aquellas actividades en las que el ocio es el fin en sí mismo, dado que como Veblen define, ocio *“Significa pasar el tiempo sin hacer nada productivo: 1) por un sentido de la indignidad del trabajo productivo, y 2) como demostración de una capacidad pecuniaria que permite una vida de ociosidad”*. (Veblen; 1899: 50) El ajuste que debemos hacer con respecto al uso del concepto “consumo ostensible” es que específicamente para el caso de la música no se presenta como un consumo que sólo puedan consumir las clases con mayor poder económico, sino que más bien es un consumo popular entre los jóvenes de cualquier estrato socioeconómico.

Por último, el juego que el espacio social presenta en el momento de consumir música es totalmente fundamental debido a que condiciona en gran parte el gusto musical que los jóvenes pueden presentar en la actualidad. Hoy en día el uso del tiempo libre condiciona los espacios sociales de consumo en dónde cada persona elige el momento y la forma en que desea consumir. Sin embargo, el espacio social de consumo musical más importante hoy en día son los “boliches”, “pubs” o cualquier espacio relacionado a alguna fiesta en particular. En tal sentido en el que el espacio de los “boliches” prepondera determinados estilos musicales, lo que refiere a que si bien en cada boliche en particular predominan géneros musicales diferentes existen determinadas expresiones musicales que les son comunes a todos los ambientes de fiesta y diversión, causando de esta manera dos fenómenos importantes: en primer lugar, que los gustos musicales de los jóvenes se justifiquen por ser “lo que todo el mundo escucha” que sólo hace alusión a los ambientes de diversión, o en segundo lugar, causando que aquellas personas que no se sienten participes de ese consumo musical de boliche opten por concurrir a otros espacios sociales en los que su gusto musical si sea contemplado. En suma, el espacio social influye en el gusto musical de los jóvenes debido a que aquel que cuente con la popularidad necesaria determina los géneros musicales que deben ser escuchados por lo menos dentro de ése ámbito en particular, haciendo más fácil que las personas que disfrutan de concurrir al mismo terminen consumiendo los géneros musicales que el mismo vende; es aquí que podemos comprender el aumento en el consumo de algunos tipos de música que presentan los jóvenes hoy en día, ahora sabemos que

en parte se debe a todo lo que la esfera de la diversión y de la fiesta como espacio social de integración promueve.

Tácticas de consumo y prácticas culturales

Al comienzo del trabajo se quiso brindar un panorama de las preferencias musicales que los jóvenes tienen en la actualidad, eventualmente se fijó un objetivo específico que establece el análisis de las tácticas que los jóvenes emplean para consumir la música que escuchan; para ello se utilizó concepto teórico específico de De Certeau “**tácticas**”, pero antes que eso desarrollaré una breve introducción de la Teoría de la postmodernidad propuesta por Frederic Jameson, a modo de contextualizar la importancia e influencia que los “medios” tienen sobre todo tipo de consumo cultural.

Jameson describe la época posmoderna como la época en la que la Cultura responde a la lógica del capitalismo tardío, como él le llama; la sociedad del capitalismo tardío es la conocida **sociedad de consumo** en la que todos los espacios sociales sufren una constante mercantilización (multinacional y de consumo). Los bienes pierden su valor de uso, debido a que la posmodernidad se caracteriza por ser le época de los media y de la industria publicitaria, los medios son los encargados de manejar el consumo. En este contexto, la cultura sufre una mutación debido a que ya no mantiene su autonomía con respecto al capitalismo: *“una prodigiosa expansión de la cultura por al ámbito social, hasta el punto de que se puede decir que todo lo que contiene nuestra vida social (desde el valor económico y el poder estatal hasta las prácticas y la propia estructura mental se ha vuelto “cultural” (Jameson; 1996: 66).* Por lo tanto la teoría de Jameson no solo que fundamenta lo que sucede actualmente a nivel cultural, sino que también explica el papel que los medios cumplen para un posterior consumo cultural, debido a que las tecnologías de lo musical solo responden a la sociedad determinada en la que ellas surgen, eso refiere a que las formas de consumir la música y de contemplarla cambia según las necesidades de la época. Como plantea Jameson ya en la posmodernidad *“Las tecnologías de lo musical, bien fueran las de producción, la reproducción, la recepción o el consumo, ya apuntaban a conformar un nuevo espacio sonoro en torno al oyente individual o colectivo (...) ya no se ofrece un objeto musical para su contemplación y degustación; se conecta un contexto y se hace música espacial en torno al consumidor.” (Jameson; 1996:221)*

Por consiguiente, es preciso hacer énfasis en la época en que la cultura sufrió cambios más radicales, en donde el mercado pasó a regularla al igual que la economía, y a partir de en donde los “medias” pasan a guiar todos los consumos debido a que es aquí también donde la música como bien cultural también pasa a ser influido por los mismos. De tal forma, el consumo musical como consumo cultural a partir de la línea teórica de Jameson pasa a ser regulado por los medios, siendo éstos quienes indican las formas de consumo adecuadas para la época. Como desarrollare más adelante en esta sección las tácticas de consumo parecen presentar diferencias ya que como los jóvenes establecieron, las formas de consumir música hoy en día no eran las mismas de hace unos años.

De Certeau establece que las mercancías culturales ya no son consideradas solamente como datos “...sino como el repertorio con el cual los usuarios proceden a operaciones que les son propias” (De Certeau: 1980, 37). El acto mismo de consumo contempla y reproduce varias “maneras de hacer”³ “Estas maneras de hacer” constituyen las mil prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural.”(De Certeau: 1980, XLIV). Además “Estas prácticas ponen en juego un ratio “popular”, una manera de pensar investida de una manera de actuar, un arte de combinar indisociable de un arte de utilizar” (De Certeau: 1980, XLV). Michel De Certeau distingue en dentro de las “maneras de hacer” dos tipos de prácticas: las estrategias y las tácticas, nosotros nos concentraremos en el último concepto para analizar las tácticas de consumo más populares mediante las cuales los jóvenes consume música. La táctica “Aprovecha las “ocasiones” y depende de ellas (...) Este no lugar le permite, sin duda, la movilidad, pero con una docilidad a los azares del tiempo, para tomar al vuelo las posibilidades que ofrece el instante” (De Certeau: 1980,43)

Los jóvenes establecieron determinados medios de los cuales hacían uso para consumir su música favorita, dentro de los que se distingue por un lado, el uso de un objeto electrónico en particular; por otro lado la preferencia por escuchar la música en línea/aire, descargarla o comprarla. En otras palabras, las tácticas de consumo que los jóvenes engloban a determinados aparatos electrónicos que asimismo imponen un determinado tipo de consumo; para explicar a lo que me refiero daré el ejemplo de la computadora, en ella nosotros podemos escuchar música “on line” o también podemos descargarla para que ya nos quede dentro del equipo, desde el momento que elegimos la computadora estamos eligiendo determinadas maneras de consumir porque está al ser un medio de consumo trae consigo las determinadas tácticas que podemos emplear mediante ella.

Los medios por los que se les preguntó a los jóvenes que participaron en ésta investigación fueron: la televisión, la radio, la computadora, el celular y el aparato de música. Si bien casi todos los jóvenes afirmaron el uso de todos o casi todos los aparatos electrónicos que nombramos recientemente, mostraron preferencias por el celular y la computadora. Cabe señalar que el término “**momentos**” también influye en el medio que los jóvenes utilizan para consumir música, depende del momento, el contexto y el ámbito en el que se encuentren.

Sin embargo, la computadora y el celular parecen ser los más utilizados por los jóvenes para escuchar música, lo que inherentemente constata otra táctica de consumo que es el de “escuchar por internet” o descargar mediante algunos servidores específicos para ello. Los estudiantes establecieron la influencia que Internet ha tenido, lo cual trajo como consecuencia la popularidad y preferencia de descargar música en contraposición a comprar algún CD o DVD en las tiendas de música. Ahora bien, la elección de los diferentes medios existentes para consumir música actualmente en sus diversas variantes está relacionado

³ Prácticas mediante las que los individuos se reapropian del espacio organizado.

con los distintos modos del consumo cultural doméstico, lo cual corresponde directamente con la estratificación que se genera en el consumo cultural como producto de las clases sociales. En otras palabras y haciendo referencia a la línea teórica de Bourdieu, cada clase social tiene un determinado consumo cultural que está guiado por el gusto justificado en su habitus de clase, esto genera la presencia de distintos consumidores en el plano cultural que no solo consumen distintos bienes o productos culturales, sino que también emplean distintos medios para consumirlos; esto mismo sucede en el momento de realizar prácticas culturales ya sea el tipo que fuere, dado que las actividades culturales también dependen en una medida (aunque no necesariamente) del estrato social de pertenencia.

En este sentido, los jóvenes manifestaron la preferencia de la utilización del celular o de la computadora para escuchar música, dado que les resulta más “cómodo” ya que pueden escuchar todos los CD’S que quieran a través de Internet, o directamente descargárselos de algún servidor, para el caso específico de los celulares los jóvenes descargan desde las aplicaciones que contiene dicho aparato o lo pasan desde la computadora. Es aquí dónde vemos como la definición de tácticas se aplica claramente dado que los estudiantes afirmaron que el tema del Internet les permite escuchar todo lo que quieran y gratis, mientras que comprarse los CD’S resulta anticuado y sin razón ya que se cuenta con la vía gratis para la adquisición del mismo; como vemos en las tácticas de consumo *“Ponen sus esperanzas en una hábil ‘utilización del tiempo (...) son procedimientos que valen por la pertinencia que dan al tiempo...”* (De Certeau: 1980,45)

“Descargo o escucho en línea, no tengo aparato para CD, es más fácil tener música en un pen drive. Descargo en Ares que es medio fastidioso, en youtube, a veces escucho álbum, estoy acostumbrado a estar escuchando algo, no me gusta estar en silencio. Te puedo decir que escucho bastantes cosas durante el día. Tiempo ocupado con amigos, me gusta la que hacen los artistas en la calle, los que cantan en los ómnibus, su música. (Estudiante Liceo 28)

La influencia que el Internet y todas las innovaciones tecnológicas han tenido en todos los espacios sociales, ha modificado también las maneras de consumir la música en la actualidad. Conjuntamente con los avances tecnológicos las maneras de consumir la música varían y continuarán variando acorde a dichos avances, esto justifica como algunas tácticas de consumo parecen ser menos populares o propias de otra época; el CD como caso particular aún persiste pero con una notoria menor popularidad y muy acentuada en el público joven ya que ellos prefieren descargar en vez de comprar. Sin embargo, los jóvenes que se consideran muy fanáticos de sus artistas favoritos optan por comprar el material original que éstos producen por un tema de honestidad y legitimidad hacia sus artistas, aunque así prefieran escuchar su música no en los CD’S; así lo estableció una estudiante: *“Me pasa que me bajo todo pero igual compro, es súper egoísta solo bajártelo, que te guste y no comprar. Tengo varios CD’S los compre para tenerlos, es como una cuestión de respeto, pero los habré escuchado dos veces, es más cómodo escuchar de la computadora.”*

Por lo tanto, si bien hay medios de consumo más populares, cada individuo emplea una táctica consumo determinada, que va acorde con sus preferencias y sus comodidades, lo que refleja esa variedad de “maneras

de hacer” y de hacer uso de las mercancías culturales. Sin embargo, por más de algunas tácticas de consumo sean más populares entre los jóvenes es indudable que el consumo musical como práctica cultural también refleja las condiciones de clases en el sentido que las maneras de consumir la música entre los jóvenes de las distintas clases sociales, es decir, los medios que utilizaban para ello presentaba en algunos casos características propias del habitus de las persona.

“...el habitus es a la vez, en efecto, el principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de enclasamiento de esas prácticas. Es en la relación de las dos capacidades que definen al habitus –la capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos (gusto)- donde se constituye el mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida.” (Bourdieu; 1979:170)

Si bien Internet es el medio fundamental de consumo musical en la actualidad ya que los jóvenes prefieren descargar la música o simplemente escucharla en línea antes que comprarla en una Tienda de Música, las aplicaciones que utilizan para hacerlo varía según el aparato tecnológico que tengan, y es aquí donde las tácticas de consumo obtiene se vuelve una práctica enclasable. Debo subrayar que puede resultar superficial hacer este razonamiento, pero no le quita valor sustancial a lo que los jóvenes nos indicaron.

De esta manera, se presentaron diferencias entre los estudiantes del liceo La Mennais en comparación a los estudiantes de los dos liceos restantes. Los jóvenes que concurren a La Mennais presentaron la utilización de aplicaciones como Itube para descargarse música, aplicación a la que solo pueden tener acceso las personas que tienen aparatos electrónicos de la marca Apple. Mientras que por otro lado, los estudiantes de los dos liceos públicos establecieron la utilización de páginas de consumo musical más accesibles como Ares o youtube. Aunque Internet haya alcanzado la cúspide de su funcionamiento, disminuyendo la brecha de acceso al consumo musical de los jóvenes, las distintas aplicaciones que en él se encuentran todavía no son en algunos casos accesibles para todos nosotros, por lo que si bien existen tácticas de consumo que son populares entre todo el conjunto juvenil, aún persisten tenuemente formas de apropiación de los bienes culturales mediante prácticas enclasantes.

Por último, las prácticas culturales relacionadas con la música que presentaron una mayor popularidad entre los estudiantes a modo de complementar las tácticas de consumo, ya que las personas podemos realizar y hacer uso de determinadas prácticas mediante las cuales también estamos consumiendo y manifestando nuestras preferencias por determinado arte. En el caso de la música, las prácticas que los jóvenes establecieron fueron las de tocar algún instrumento musical, asistir a academias de baile o de canto. Asimismo vimos como en muchos casos la práctica relacionada con la música que los jóvenes realizaban estaba relacionada con los géneros musicales favoritos que ellos. *“Estaba practicando piano, mi madre es profesora de piano y guitarra, y lo dejé un poco porque no me dan los tiempos, pero los fines de semana me ayuda.” (Estudiante del Liceo n°28)*⁴

⁴ Continuar leyendo en los anexos

Además, los estudiantes afirmaron que el tema de formar una banda hoy en día está de moda, los estudiantes manifestaban que si no eran ellos mismos quienes formaban una banda, en algunos casos eran sus amigos quienes formaban parte de una: *“Mi abuela toca el piano, yo ningún instrumento, me pintaba la batería y fue un sueño frustrado, me dijeron que no, mi hermano tampoco tocan instrumentos, un amigo toca el órgano estudió y todo, está como de moda tener banda, pero no yo no tengo”* (Estudiante Liceo n°28)

En síntesis, existe una cierta cronología de los medios de manera que las modalidades de empleo para el consumo cultural dependen, como se da en cualquier ámbito de la vida, de los avances tecnológicos que se sitúa en una esfera de constante cambio. De esta manera los distintos medios que se utilizan para consumir música, depende del tiempo y el espacio, hoy algunos medios son más populares que otros pero en un futuro seguramente sean otros los más utilizados. Que algunos medios lleguen a un cierto grado de popularidad, siendo internet el más utilizado y el más influyente en la actualidad marca todavía la democratización tecnológica que ya visualizaba Radakovich en su estudio “Retrato Cultural” en el año dos mil once.

Conclusiones

El consumo musical en la juventud uruguaya tiene por detrás fenómenos, hechos, elementos, que lo condicionan y que al mismo tiempo lo justifican. El consumo musical representa mucho más que el valor de consumo en porcentajes que presentan todos los géneros musicales o aquellos que queramos considerar, sino que por el contrario, detrás de dicho porcentaje encontramos fenómenos y hechos sociales de gran importancia que pasan a expresarse en las distintas preferencias musicales que los jóvenes uruguayos de hoy en día presentan.

La población joven se caracteriza actualmente por consumir géneros como la cumbia, el reggaetón, el rock, el pop y la electrónica, y por consumir una cantidad menor, casi nula de géneros como la música clásica, el tango, el folklore, entre otros. Esto se debe en parte a la influencia que la moda ha tenido como símbolo de determinadas épocas, y que en la actualidad se ha transformado en un de los condicionantes de los márgenes de tolerancia en los que oscila el gusto musical juvenil.

Los jóvenes definen a los géneros musicales en base a características de corte usual y tradicional como el ritmo y la letra, pero también a partir de elementos innovadores como es el “está de moda o no”, “es aburrido o divertido”. En tal sentido, los jóvenes definían los géneros musicales atribuyéndole a las características de ellos adjetivos o términos del lenguaje común y cotidiano. En el momento de definir el ritmo lo hacían a partir de expresiones como “es más tranqui” o “es más pum para arriba”; las letras las diferenciaban por ser “simples” y con lenguaje un tanto más vulgar o por ser más “originales”, coherentes y con un lenguaje más metafórico.

En la misma línea los momentos en los cuales los jóvenes escuchan música constituyeron un elemento muy importante en dos sentidos: por un lado porque también los estilos musicales fueron definidos a partir del contexto en el cual cada uno de ellos es más apropiado para consumir: por otro lado, los jóvenes también afirmaron la selección de determinados momentos particulares como favoritos para escuchar música; el ámbito o contexto en el cual deciden escuchar música toma una clara importancia de manera que no todos los jóvenes escuchan la misma música cuando están solos que cuando están acompañados. Me refiero con esto a que como establecieron gran parte de los jóvenes prefieren escuchar sus géneros favoritos cuando están solos o en sus respectivas casas, mientras que cuando comparten momentos con amigos, como los cumpleaños o salidas nocturnas deben escuchar los géneros que van acorde con ése momento como la cumbia, el reggaetón o tropical, los cuales son géneros que se caracterizan por ser consumidos en los ambientes de salidas y particularmente dentro de los mismos pubs o boliches. De esta manera, los momentos pasan a ser clave ya que parecen ser condicionantes del consumo musical que caracteriza a los jóvenes uruguayos ya que de cierta forma explica porque algunos géneros son más consumidos que otros. Como sabemos, la música siempre estuvo asociada y surgió a partir de los ámbitos festivos en dónde especialmente se escuchaba música, tal es esto es que la música siempre estuvo presente en todo espacio en el cuál la gente propone divertirse; pero en la actualidad, no todos los géneros se caracterizan como propios de los ambientes festivos y de salidas sino que por el contrario hoy en día los géneros musicales están claramente definidos entre los que son propios de los ambientes de salida entre amigos y los que no lo son.

Por lo tanto, si se contempla específicamente los momentos en los que los jóvenes deciden escuchar música vemos como la música continua siendo un **consumo ostensible** (Veblen:1899) dado que es consumida siempre en tiempos o ratos de ocio, sin importar el contexto o el ámbito en el que es consumida. Si bien ya no se puede aplicar de manera total el concepto propuesto por Veblen, la música continúa constituyendo un consumo de dicho tipo ya que presenta ser el lujo y el gusto que las personas con ratos de ocio o tiempo libre pueden realizar.

Por otro lado, la música presenta para los jóvenes una gran importancia ya que ésta se encuentra presente en todos los posibles ámbitos y contextos en dónde los individuos se puedan encontrar. La música era considerada como de gran importancia para los estudiantes ya que las funciones que ésta cumplía en la vida de cada uno de ellos presentaba un margen bastante ilimitado. Como afirmaron los jóvenes imaginarse la vida sin música resulta imposible ya que ésta presenta una gama infinita de usos que varían según cada persona, pero que constituyen en sí mismos las razones por las cuales la música es importante, las razones por las que los jóvenes deciden escuchar música; las funciones que la música cumple pasan a ser los usos que el público juvenil le da a la música, y que luego pasan a convertirse en las razones que los llevan a consumirla.

La función inmediata que la música cumple en el cuerpo es la de provocar placer (Spencer: 1867), la música produce un placer inmediato en el preciso momento en que la se la está escuchando. Pero no sólo eso, sino que además la música tiene el poder de hacer tocar los sentimientos que ella misma está expresando a través del manejo de las voces y las tonalidades; la música cumple la función de hacer sentir lo que ella transmite pero también tiene el poder de cambiarnos el ánimo si así lo desea. Además, una de las funciones que llamó la atención, es que varios jóvenes establecieron que la música es un “puente” para unir a las personas, y que si bien en algunos casos no importa que no se compartan los mismos gustos musicales, ayudaba mucho para interactuar con el resto de las personas dado que es un tema más del que se puede hablar cotidianamente

Los jóvenes muchas veces decidían escuchar determinada música a partir del estado emocional con el que se encontraban en tal momento, lo que implicaba la relación entre el estado de ánimo y un consumo musical en particular, lo cual se dirigía en dos sentidos: algunos individuos preferían escuchar música que estuviera acorde a sus sentimientos, por el contrario otros preferían escuchar canciones que transmitieran un sentimiento opuesto al que presentaban en ése momento. Además, los jóvenes deciden escuchar música no solamente porque ésta representa para ellos una compañía en los momentos de soledad y en los momentos compartidos, sino también porque los ayuda en varias situaciones; los estudiantes afirmaron que la música los ayudaba a despejarse, a pensar, a no pensar, a relajarse, a divertirse, entre otras cosas. Se ve aquí como las funciones que cumple la música son al mismo tiempo por un lado los usos que pueden aplicársele y por otro lado las razones mediante las cuales se justifica un consumo apropiado.

La función más original e importante que la música cumple es la que refiere a la identidad de las personas: los jóvenes afirmaron sentirse identificados con la música que escuchan dado que ésta de alguna manera refleja el tipo de personalidad que ellos mismos presentan. De tal manera, los jóvenes establecieron que la música constituye un elemento como cualquier otro del cual se afirman para definirse a sí mismos, es decir, para auto-identificarse. En tal sentido, los jóvenes se apropian de la música para identificarse en base al reconocimiento de las diferencias en lo que a los gustos musicales refiere con respecto al resto de las personas. La identidad es una **construcción intersubjetiva** (Giménez: 1992) que implica el reconocimiento de uno mismo a partir de la percepción de las diferencias con el resto de los individuos; los jóvenes se afirman en sus preferencias musicales para auto-identificarse e identificar a las personas que los rodean, y que mejor de los ejemplos aquel en el que una estudiante se definió como “rockera” en comparación con sus amigos, lo cual trae consigo todo lo que implica el concepto de estilo.

En la mayoría de los casos los jóvenes se sienten aún más identificados con la música utilizándola como recurso para definirse a sí mismos en igual medida que formen parte y representen el estilo que sus géneros favoritos proponen. Cada género musical en particular se funda y se expresa a partir de un estilo que el mismo propone y que manifiesta los ideales y la realidad social que éste intenta expresar a partir de su

música y su letra. Los jóvenes presentan el sentimiento de identificación con sus preferencias musicales pero esto continúa en aumento si ellos comparten no sólo la música, sino también el estilo que sus géneros favoritos proponen, dado que la música va más allá de un simple ritmo, tiene un estilo que implica un determinado comportamiento, determinadas actitudes, y maneras de vestir muy particulares que expresan los ideales y la realidad social que todo el género contempla. En otras palabras, el juego del **estilo** que cada género musical reproduce y demuestra a través del ritmo, las letras y la imagen personal de los artistas, son adoptadas por los jóvenes como propios y como parte de su personalidad e identidad

En la misma línea, la música se presentó como un elemento mediante el cual se puede definir a la otra persona ya que ella reproduce un determinado estilo que involucra determinadas pautas de comportamiento pero también de imagen (estético). A partir del estilo la sociedad encuentra lo necesario para caracterizar y clasificar, y no siempre de una manera “positiva”, es por ello que el término **Estigma** se gana un espacio para el caso particular de la Cumbia dado que todo lo que éste demuestran a partir de las pautas específicas en las cuales se funda son tomadas por la sociedad con un contenido negativo dado que las personas que forman parte de la subcultura “plancha” pasan a ser definidos y contruidos mediante una identidad social negativa. En síntesis, la presencia de cada estilo y todo lo que ello implica surge como un elemento más a partir del cual las personas atribuyen una determinada identidad social, ya sea por la vestimenta, el uso de objetos particulares, entre otras cosas, la sociedad encuentra lo necesario para caracterizar y clasificar. La música al poder ser identificada por los estilos en que ella se funda y que propone pasa a estar rodeada por un estigma en aquellos casos en los que los individuos no pasan desapercibidos y son fácilmente identificados como “peligrosos” para las otras personas; en este caso me refiero a los “planchas” específicamente, que se presentó como el caso más claro en dónde el juego del estigma toma una gran importancia en la medida que dicho término le es adjudicado a las personas que escuchan cumbia sí, pero que también se caracterizan por comportarse de una manera “no adecuada” si se quisiera decir.

Ahora bien, en el momento de consumir música todas las personas utilizan diferentes medios para hacerlo, aunque si bien dos personas que presentan gustos musicales totalmente opuestos prefieren consumir la música a partir de determinada manera, las maneras de hacerlo presentar ser bastante personales aunque como todas las cosas, algunas son más populares y más empleadas que otras. Como recordarán, decidimos llamar tácticas de consumo a las tácticas que los jóvenes emplean para escuchar música, estas abarcan los medios como los canales de televisión, internet, las emisoras, los CD'S y DVD'S; así como también los aparatos electrónicos que utilizan que ya traen consigo de alguna forma el medio a partir del cual se consume dentro del mismo, estos son la televisión, la radio, la computadora, los reproductores Mp3 o sus derivados, y los equipos de música. Si bien las tácticas de consumo varían a nivel individual, algunas manifestaron ser como las preferidas; la influencia constante que Internet ha tenido en los distintos ámbitos de la vida también ha pasado a formar parte y condicionar las maneras de consumir la música en el presente. Actualmente con el uso de Internet los jóvenes establecieron que prefieren escuchar la música en línea o

directamente descargarla a través de las distintas páginas o aplicaciones que se utilizan exclusivamente para ello, por lo que los aparatos electrónicos que presentan una mayor popularidad son la computadora y el celular que mismo promueven ese determinado medio. Sin embargo, algunas personas, sin importar la influencia y la comodidad que Internet representa, optan por comprar la música original de sus artistas favoritos (CD'S o DVD'S), aunque claramente esto es más usual entre los jóvenes que son considerados verdaderos seguidores o fanáticos como queramos llamarlos, de sus artistas favoritos

Las prácticas culturales relacionadas a la música que los jóvenes realizan no variaron ni se diferenciaron sustancialmente entre las distintas clases sociales. En las tres instituciones se manifestó la práctica de algún instrumento musical como la práctica más popular entre los jóvenes, aunque la elección de los instrumentos variaba, pero indiscriminadamente. El canto y el baile presentaron ser prácticas muy poco comunes entre los jóvenes aunque se constataron algunos casos. Como establecimos, el formar parte de una banda se está volviendo bastante usual entre los jóvenes pero nuevamente sin importar su pertenencia a determinado estrato socioeconómico.

Por otra parte, en el momento de debatir y analizar la distinción por la cual podemos caracterizar el consumo musical en la juventud, esto es, que teoría del gusto se encuentra más acorde, expresando y explicando en mayor medida las preferencias musicales que la juventud presenta hoy en día; parece ser que los gustos musicales de los jóvenes pueden justificarse a partir de ambas teorías. De esta manera, ni la teoría de los gustos de clase ni la teoría de la omnivoridad parecen explicar individual y exclusivamente las preferencias musicales que los jóvenes manifiestan, por el contrario, ambas teorías se aplican en mayor o menor medida.

La familia continúa siendo un centro de influencia ya que guía y condiciona el desarrollo del sentido del gusto de los jóvenes debido a que como la mayoría afirmaron, algunos de sus géneros musicales favoritos habían sido inculcados por algunos de los integrantes de sus familias. Las trayectorias del consumo musical de los jóvenes comienzan con la influencia de las familias y de los géneros musicales que en ellas se escuchan (aunque existen excepciones), debido a que es cuando son más chicos cuando comienzan a desarrollar un determinado tipo de gusto, aunque pueda cambiar con el tiempo o no. Los jóvenes heredan un gusto determinado por la música desde pequeños, que luego puede ir evolucionando y cambiando con el tiempo mediante 2 tipos de influencias: la primera influencia que podríamos llamarla individual o particular dado que se lleva a cabo a partir de sus amigos o compañeros de clase, por lo que varía según el tipo de persona y de con quienes se relaciona; por otra parte, la segunda influencia es de tipo global ya que refiere a los fenómenos musicales que se dan en las grandes partes del mundo y que promueven el “boom” de algunos géneros musicales en una época determinada. En tal sentido, las trayectorias del gusto musical de los jóvenes no necesariamente es la misma que le indica su clase, los individuos se pueden desclasificar al tomar distintas trayectorias que no son las seleccionadas por los miembros de su clase social de origen. No obstante, los patrones de consumo musical siendo éste un consumo cultural se somete a una situación de

continuo cambio que tiene como causa la influencia global en la que estamos inmersos, de esta manera los mecanismos culturales de distinción social sufren determinadas modificaciones que se traducen en la disminución de la explicación del consumo cultural a partir del habitus de clase, pero no en su totalidad; el gusto musical aun explica las diferencias sociales a nivel cultural persistiendo su existencia como indicador o símbolo de status social aunque el gusto comercial e indiscriminado continúe en aumento.

En la misma línea, en la actualidad la apropiación de los géneros musicales por los individuos, no necesariamente se vincula a la clase social a la que pertenece dado que en la época en la que nos encontramos todas las personas pueden consumir el género musical que se les plazca sin importar que éste sea característico de algunos individuos en particular. Es aquí, que la teoría de la Omnivoridad propuesta por Peterson y Kern toma un lugar central en la medida en que si bien existen expresiones musicales consideradas como “cultas” o “intelectuales” y en el lado contrario otras “populares” o “de masas”, los jóvenes no emplean directamente tal distinción en el momento de hablar de la música en general y de sus géneros musicales favoritos, pero actualmente ellos pueden consumir y seleccionar su música favorita indiscriminadamente y sin importar que ella sea un elemento o símbolo de otra clase social o que vaya dirigido a otra, que no sea la uno mismo, esto se debe a que los gustos musicales anclados en el origen social continúan desdibujándose dentro de la juventud uruguaya.

Para finalizar, los jóvenes presentan gustos musicales más omnívoros ya que en cualquiera de las ocasiones manifestaron tener preferencias musicales de corte popular y no aquellas consideradas como “cultas” como la música clásica y la ópera, si me ajusto estrictamente a tal teoría; pero lo interesante es que la apertura cultural se debe más que nada porque los jóvenes han reordenado y redefinido que géneros son para ellos considerados “intelectuales” o consumidos por personas a las que “de verdad” les gusta la música o que sólo pueden ser consumidos por personas que presentan algún tipo de estudio sobre ella como es el caso del Rock. El caso de la Cumbia y su transformación en 2015 a la “Cumbia Pop” o “Cumbia Cheta” por el público demuestra la apropiación completa de éste género por parte de las clases medias-altas de nuestro país, más allá de las modificaciones que haya tenido que sufrir el género en el buen sentido de la palabra para ser consumido sin ningún tipo de prejuicio por personas de tal posición social revela un cierto grado de apertura ya que si nos posicionamos en años anteriores esto que está ocurriendo en la actualidad hubiera parecido totalmente imposible. Es por ello que los jóvenes demuestran la apertura cultural y la transición de gustos de clase y estilos de vida a gustos menos moderados y más omnívoros. La transición de gustos musicales de corte de clase a gustos omnívoros se debe en gran parte a la influencia y el poder constante que las modas representa en la actualidad, ya que ésta causa una especie de desorden de los gustos musicales debido a los distintos auges de géneros musicales que se puede experimentar en las distintas épocas y que pueden ser los opuestos a los anclados en las clases sociales de referencia; esto no es más que un claro ejemplo de cómo la **Sociedad de Consumo** opera culturalmente simplemente en base a lo que es **novedad**.

Bibliografía

- Achugar, Hugo (2002) *Imaginarios y consumo cultural: Primer informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural Uruguay 2002*
- Alonso, L. E. (1995) *Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la Sociología cualitativa*. En “Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales”. J. M. Delgado y J. Gutiérrez, (Coords.). Ed. Síntesis: Madrid. España.
- Ariño, Antonio (2007): “Música, democratización y omnivoridad. Política y Sociedad, Universidad de Valencia, Vol. 44, No.3.
- Bourdieu, Pierre (1979): *La distinción*. Taurus. Madrid. España. 1991 Cap. 1, Conclusión y Post-scriptum
- De Certeau, M. (2000 [original de 1980]) “La invención de lo cotidiano 1: artes de hacer”. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente: Ciudad de México, México.
- Dominzain Susana, Rapetti Sandra, Radakovich Rosario (2009): *Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. Uruguay 2009*.
- FILARDO, Verónica (2010): “Jóvenes y Juventudes sudamericanas” en *El Uruguay desde la Sociología VIII 8ª Reunión Anual de Investigadores del Departamento de Sociología*.
- GIMENEZ, Gilberto (1992) “La identidad social o el retorno del sujeto en sociología”. *Identidad social, Versión*, UAM, México.
- Goffman, Irving, *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu editores. Buenos Aires, 1998. [1963].
- Hebdige, Dick (1979): “Subculture, the meaning of style”. Methuen & Co. Ltd.
- Ibáñez, Jesús (1979): “Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica, Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Ibáñez, Jesús (1985): “Del algoritmo al sujeto: perspectiva de la investigación social”, Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Jameson, F. (1991/1992): *EL POSMODERNISMO O LA LÓGICA CULTURAL DEL CAPITALISMO TARDÍO*. Paidós, Buenos Aires. (Introducción y capítulo 1, páginas 9-72.
- Lipovetsky, Gilles (2006): “El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas”.
- Margulis, Mario (1996): “La Juventud es más que una palabra”. *Ensayos sobre cultura y juventud*. Editorial Biblos. Buenos Aires.
- Mendizábal, Nora (2006) “Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa” en *Estrategias de investigación cualitativa* (Barcelona: Gedisa).
- Orti, Alfonso (1986): “La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta o semidirecta y la discusión de grupo”. En Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira

(Comp.): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, Alianza Editorial Madrid.

- Peterson, R.A., Kern, R.M (1996): “Changing highbrow taste: from snob to omnivore”, *American Sociological review*, Vol. 61, n. 5, October, 1996.
- Presentación de los primeros datos sobre Imaginarios y Consumos culturales, Uruguay 2014. Ministerio de Educación y Cultura.
- Radakovich, Rosario (2011): “Retrato cultural, Montevideo entre cumbias, tambores y óperas”. Colección Investigaciones en Comunicación_ N° 2.
- Simmel, G. (1988 [original alemán de 1904): “La moda”. En *Sobre la Aventura y otros Ensayos Filosóficos*. Península, Barcelona, España.
- Spencer, Herbert “Origen y función de la música” (1867). En *Ética de las Prisiones*. La España Moderna. Madrid, España. Sin fecha.
- Veblen, Thorstein (1899): *Teoría de la Clase Ociosa*. Hispamérica, Buenos Aires, Argentina. 1985.

Anexos

Comparación con estudios anteriores: diferencias y similitudes.

En la presente sección, se desarrollará la evolución de los gustos musicales que ha tenido la población uruguaya desde el comienzo de los años dos mil, para ello desarrollaremos la información presente en los Informes sobre Consumos Culturales realizados por el Ministerio de Educación y Cultura (MEC) de nuestro país.

Debe señalarse que solamente desarrollara y posteriormente se realizará una comparación de los datos que resultan pertinentes para la investigación y que coinciden con los objetivos; en tal sentido nos ocuparemos en una primera instancia de los cambios y evolución de los gustos musicales (tipo de música) de la población uruguaya y de los jóvenes específicamente, mientras que en una segunda instancia, haremos énfasis en los cambios relacionados a las prácticas y tácticas culturales que tienen como objetivo el consumo musical.

Para comenzar, los tres informes nacionales “Imaginarios y consumo cultural” desarrollan una sección sobre la música, es decir, sobre los gustos musicales de la sociedad, analizándolos a partir de tres variables fundamentales: según el sexo, los niveles de estudio, la edad y el nivel de ingresos. Veamos ahora los cambios y la evolución que ha presentado nuestro país en lo que respecta al consumo musical desde el primer Informe del año 2002.

En el año 2002, el orden de preferencia de los géneros musicales para la población uruguaya fue la siguiente: folclórica, tropical/salsa/merengue, popular, Melódica/romántica/boleros, rock/pop, clásica, típica/tango, música brasileña, Murga/carnaval, Candombe, Jazz/blues, y por último la música religiosa. Los jóvenes por su parte, en el mismo año manifiestan preferencias en primer lugar por el rock y el pop; en segundo lugar por la música tropical, a la cual le siguen en un tercer lugar la música popular y la melódica.

Dado que en la investigación se desglosa el consumo musical de los jóvenes según su clase social de pertenencia como forma de analizar exhaustivamente las diferencias y similitudes que pueden darse dentro de una clase social y entre las tres clases sociales, nos parece pertinente agregar el análisis que presentó el consumo musical de la población uruguaya en los tres Informes según el nivel de ingresos, dado que dicha variable puede ser o mejor dicho, es tomada como un indicador de la clase social indirectamente de los estudios. Por lo tanto, mediante la variable nivel de ingreso podemos ver que géneros musicales son preferidos según clase social.

Las personas de menores ingresos presentan preferencias por el folclore, la tropical, melódica y popular sucesivamente; las de ingresos medios por el folclore, la música popular, rock/pop y la melódica; por último

las personas de altos ingresos prefieren la música popular, el folclore, el rock/pop y en cuarto lugar la música clásica.

En lo que refiere a la asistencia de espectáculos musicales, en el año 2002 los jóvenes son el rango etario que presenta una mayor asistencia, lo cual vimos durante nuestra investigación de manera que en el último año todos los jóvenes habían asistido a algún tipo de recital musical, aunque disminuye la asistencia a conciertos de artistas internacionales.

Un hecho relevante, es que dentro del consumo musical, en los informes también se pregunta acerca del equipamiento musical que presenta un hogar, esto es, aparatos para escuchar discos o casetes, los discos y casetes respectivamente, y los instrumentos musicales. En el año 2002 el medio para obtener el último disco más frecuente era la compra o regalo, mientras que el medio menos utilizado era la opción “lo bajo de internet”.

Acerca de la posesión de instrumentos musicales en el hogar la guitarra es el objeto musical más frecuente entre los uruguayos para el año 2002.

En el Segundo Informe sobre Consumo y Comportamiento Cultural (2009) el orden de preferencias musicales de la población uruguaya presenta algunas modificaciones en comparación al Primer Informe realizado en el año 2002. Para el 2009 el orden de preferencias es el siguiente: Folklore, rock/pop, cumbia, melódica, música popular, música clásica, tango, tropical/salsa, música brasileña, murga/carnaval, jazz/blues, marcha, y candombe; cómo podemos ver ya en dicho Informe se presentan algunas diferencias dado que aparece el género cumbia como una de las posibles elecciones de tipo de música que se escuchan, lo mismo con la electrónica, y se elimina la música religiosa.

De acuerdo a los ingresos, en el Segundo Informe (2009) las personas de ingresos bajos manifiestan preferencias por el folklore, cumbia, melódica y el tango; las de ingresos medios también prefieren en primer lugar el folklore, este es seguido por el rock/pop, melódica, cumbia, música popular y música clásica; las personas de ingresos altos ya presentan una diferencia en el arranque ya que en primer lugar eligen el rock/pop, seguido por la música popular, clásica y folklore.

Además en lo que respecta específicamente a los jóvenes, estos prefieren en primer lugar el rock/pop, seguido por la cumbia, la melódica, el folklore y la tropical respectivamente en el año 2009. Debemos destacar, que nosotros no realizamos una distinción de gustos musicales según Montevideo y el Interior, pero en nuestro caso sí los jóvenes establecieron la percepción de algunas diferencias en sus gustos musicales en el momento de compararse con los jóvenes del interior (ej: música folklórica); un ejemplo ilustrativo es que Segundo Informe al realizar la comparación entre los gustos musicales según departamento, una diferencia sustantiva entre Montevideo y el Interior es que la preferencia por el Folklore

aumenta en los departamentos del Interior más que en Montevideo, mientras que lo opuesto sucede con el rock/pop por ejemplo.

En lo que refiere a los conciertos y al equipamiento musical dentro del hogar, para el año 2009 los porcentajes de asistencia a los conciertos se mantienen, siendo los jóvenes nuevamente un rango etario que presenta un porcentaje considerable de asistencia. En el caso del equipamiento musical del hogar (discos, casetes o CDS), solamente nos interesa la forma de obtención del material musical dado que nosotros no preguntamos acerca de la cantidad de discos que los jóvenes tenían en sus casas sino que indagamos específicamente sobre los medios mediante los cuales escuchaban música, esto es si preferían comprar el material musical, escucharlo on line o descargarlo, además también implicaba los aparatos tecnológicos que utilizaban para escuchar música. Como en el Primer Informe, las maneras de obtención del último disco continua siendo “se lo regalaron” o “lo compró”, pero un hecho significativo es que “lo bajo de internet”.

Finalmente, como hemos venido haciendo desarrollaremos los datos que nos son pertinentes para nuestro trabajo, del Tercer informe sobre consumo y comportamientos culturales “Imaginario y consumo cultural” (2014)

Por un lado, en el tercer informe se desglosan el **Perfil musical de los gustos musicales** en donde vemos las diferencias en el gusto musical a partir de los cortes por sexo, edad, nivel educativo y de ingresos. A continuación desarrollaremos las diferencias que nos resultan pertinentes, es decir, por corte de edad y por nivel educativo.

En primer lugar, tomando en cuenta la edad de las personas que fueron encuestadas, los jóvenes muestran un mayor consumo de rock/pop (39,1%), la cumbia (26,5%) ya sea cumbia villera o cumbia plancha, y el reggaetón (20,9%).

En segundo lugar, considerando el nivel educativo de las personas las preferencias musicales fueron las siguientes: las personas con primaria terminada prefieren géneros como el Folklore, el Tango y la Cumbia; las personas con secundaria terminada presentaron un gusto más variante, tanto por el Folklore, y la melódica como por el rock/pop; por último para las personas con nivel terciario el rock/pop es el favorito, seguido por la música clásica y la música popular uruguaya.

Por otro lado, es relevante hacer uso de un dato relevante de la investigación, que refiere a los usos que se le dan a Internet para el 2014 y dentro de los cuales se encuentra la opción “para escuchar música” que presenta un valor del 15%; en base a ello podemos señalar que el uso de internet se convierte en un medio fundamental para el consumo musical debido que en el transcurrir de los años, como comparamos para los dos primeros Informes la obtención del último disco a través de Internet aumentó, y claramente aquí se especifica el porcentaje que se usa de Internet para escuchar música, que si bien no es mucho en

comparación con otras funciones que cumple Internet actualmente, se encuentra en una posición media respecto al resto de las funciones.

Cabe añadir, que un dato relevante surge a partir de una nueva pregunta que se les realizó a los individuos que fueron encuestados para el relevamiento de información de Imaginarios y Consumos Culturales 2014, a partir de la siguiente pregunta “Habitualmente, qué o quiénes influyen en sus opciones culturales” aparece la Familia con el mayor porcentaje de influencia en las personas, tanto en el Interior como en Montevideo. Por lo tanto, el dato que acabamos de nombrar afirma el hecho conjuntamente con nuestra investigación que la familia continúa siendo un pilar fundamental si de gustos y por consiguiente elecciones culturales estamos hablando, lo cual quiere decir que si bien un individuo deja ser influenciado por otras personas o cosas, la familia aunque con más debilidad se mantiene como el espacio de influencia más importante para un individuo.

Por último, en el tercer informe se agrega una sección que para este trabajo es de gran importancia, llamada “sobre el disgusto musical” en la cual se presentan las principales razones del disgusto por determinados géneros musicales, en esta línea los datos revelan que el 54% del disgusto se debe a que no le gusta, el 18,01% a que le molesta, el 15% debido a que no lo considera música, y en último lugar el 8,8 % debido a que le aburre.

Ahora bien, resulta evidente la existencia de algunas diferencias y similitudes en el momento de realizar una comparación entre nuestra investigación y los tres Informes sobre Comportamiento y Consumos Culturales; el paso siguiente será demostrar tales hechos.

En primer lugar, el orden de preferencia de los tipos de música presenta en el arranque diferencias con respecto al que nosotros propusimos, si bien en los Informes se presenta lo que podríamos llamar un “ranking” general de las preferencias musicales de la población, en el momento de tomar en cuenta la variable ingresos del hogar podemos ver dichas preferencias según los niveles de ingresos de la población (alto, medio, bajo); aquí se nos antepone una dificultad dado que para el estudio de 2014 sólo contamos con los primeros datos, en los que no se encuentran los gustos por nivel de ingreso. Sin embargo, podemos establecer que el “Ranking” general de preferencias musicales de la población pareciera no ajustarse a los pedidos musicales de los jóvenes, lo cual resulta evidente dado que tal grupo etario solo forma parte del conjunto total de la población uruguaya, siendo los adultos mayores el rango etario que tiene más peso dentro de la población total.

No obstante, lo que si podemos afirmar (debido a que contamos con la afirmación) son las diferencias en los gustos musicales de los jóvenes entre los años 2002 y 2009 en comparación con nuestros propios datos. Como explicitamos anteriormente, para el año 2002 los jóvenes preferían en orden el rock/pop, tropical, popular y melódica, lo cual cambia para el año 2009 a un orden en dónde se mantiene el rock/pop, aparece la

cumbia en segundo lugar seguida por la melódica, folklore y tropical. Claramente, de un año a otro se presentan cambios en el orden de preferencias pero algunos géneros todavía persisten, mientras que si lo analizamos en comparación con nuestro trabajo casi que no coinciden y que quizás se deba al continuo cambio de patrones del gusto y del consumo cultural al que la sociedad se encuentra sometida como consecuencia de cambios mucho más globales y generales que se dan a nivel mundial con respecto a los bienes y servicios culturales.

Como recordarán se presentaron tres órdenes distintos de preferencias musicales (uno por clase social) por lo que entre ambos ellos ya existen discrepancias en las elecciones, aunque podemos comparar como se realizó en los respectivos Informes en base a los cuatro géneros musicales predilectos para los jóvenes. En este caso, los cambios más notorios en contraste con los años anteriores es que la Cumbia se apodera del primer lugar en las preferencias musicales de los jóvenes (en los tres casos); los géneros como el folklore, melódica, y popular desaparecen totalmente de los primeros cinco puestos de preferencias y ahora, quienes se disputan los lugares son el pop, rock, tropical, la electrónica y el reggaetón que aparecen por primera vez como posibles tipos de música. Hay que señalar que opté por tomar el pop y el rock por separado y no unirlos en el orden de preferencia, lo que tal vez pudo influir en el cambio de puesto de ambos géneros. De todas maneras, de modo general queda bastante claro que los gustos musicales de los jóvenes así como de toda la población uruguaya se sitúa en un cambio constante que como vimos en la primera sección del presente capítulo se relaciona mucho con el tema de los “booms” musicales que llevan a que en un momento determinado un género musical sea más predilecto que otro. Sin embargo, parece ser que hay tipos de música que se mantienen en los niveles de aceptación de los jóvenes sin importar la época (rock y pop), mientras que otros cuentan con la identificación de no ir dirigidos hacia la población joven y que por lo tanto nunca contarán con gran porcentaje de preferencia (un ejemplo de ello puede ser la música Clásica). Un hecho relevante es que el folklore ya no aparece en los tipos de música favoritos, sino que por el contrario aparece en los últimos lugares para los jóvenes de las tres clases sociales, y que quizás se deba como manifestaron los jóvenes que participaron en el trabajo a que actualmente los géneros musicales que más se “venden” son aquellos que logran a adaptarse al mercado musical actual, el cual promueve cada vez más la música “comercial”.

Por otro lado, si bien en los Informes no se apunta a conocer los medios que utiliza la población para escuchar música debido a que su objetivo es conocer en lo que respecta a los medios las distintas utilidades que le dan al mismo y el porcentaje de diferencia para cada uso. De todas formas, se puede comparar la información sobre el material musical y las vías para obtenerlo ya que en los Informes si se establece información sobre las formas de obtención de dicho material (específicamente de los CDS). Como vimos atrás, resulta curioso pero al mismo tiempo esperable que el aumento del porcentaje del uso de internet para descargar los discos de los artistas, o el uso de la computadora para copiarlo aumenta del año 2002 al 2009, transformándose en la actualidad en las formas más comunes

de acceder al material musical de los artistas. Como afirmaron los estudiantes, comprar un disco original solo sucede para aquellos casos en los que los artistas son verdaderamente importantes para la persona, y que muchas veces se encuentra ligado a un tema de “respeto” hacia el artista; por lo tanto, comprar discos no es una forma de consumir música que se estile en la actualidad (a no ser en casos particulares) como consecuencia de la influencia, el poder y las funciones que hoy en día cumple Internet, al menos en la población joven de Montevideo.

Adjuntaremos un CD con los datos del trabajo de campo: informe narrativo, entrevistas y grupos de discusión.