

La deshumanización del trabajo en la producción de bienes culturales en la industria musical.

Paula Irene de la Fuente.

Cita:

Paula Irene de la Fuente (2012). *La deshumanización del trabajo en la producción de bienes culturales en la industria musical. VII Jornadas de Sociología de la UNLP. Departamento de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-097/586>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eRxp/Oye>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Nombre y Apellido: Paula Irene de la Fuente

Pertenencia Institucional: Facultad de Ciencias Sociales-UBA.

Correo electrónico: pidelafuente@yahoo.com.ar

Título de la ponencia: **“La deshumanización del trabajo en la producción de bienes culturales en la industria musical”**

1. Introducción

En el presente trabajo se analizará una producción cultural audiovisual realizada por CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas) en soporte DVD que tiene como objetivo mostrar e instruir acerca del modo de producción de un CD de música en Argentina.

El DVD “Todo empieza con una canción”, (Duración:15’) realizado por CAPIF “en representación de la industria argentina de la música” (¿“La industria de la música” planteada como un “sujeto” que cobraría vida propia?), que tiene como uno de sus slogans “Consolidar el concepto de industria cultural”, comienza con León Gieco relatando cómo “Sólo le pido a Dios” era un tema que (en principio) no iba a ir a un disco; (“-‘Sólo le pido a Dios’ era una canción que no iba a ir al disco”). Fue el productor artístico, y no el músico, quien finalmente decidió su edición.

Este DVD es una realización pensada en el marco de (y a los fines de) una campaña educativa en la que se les muestra/enseña a alumnos de las escuelas argentinas el difícil trabajo que implica editar un disco y se les instruye acerca de los efectos perjudiciales de la piratería de música.

En este DVD se muestran graficadas las etapas del proceso de producción de un disco, se “explica” a los receptores qué es un demo, cuáles son las etapas de su producción, se interpela al receptor en tanto consumidor: “-¿Alguna vez pensaste que vos podías ser parte de este mundo tan fascinante como creativo?”

Se enfatiza en la realización del “arte” del CD: -“El arte (de tapa) explica el concepto de un disco”- y en la realización del videoclip como “parte fundamental” del CD de música: -“El artista, junto con el productor artístico, eligen el tema del videoclip”-.

En este DVD puede verse cómo la figura del productor artístico se deslinda, o se desmarca claramente de los demás trabajadores de la industria cultural musical, en tanto “trabajador especializado”

2. ¿El productor artístico como “guardia tasador”?

Tanto Marx como Siegfried Kracauer aluden a la pérdida relativa del valor del sujeto en relación al valor de los objetos cuando asumen la cualidad de mercancías. En *Los empleados*, Kracauer alude al transporte de las personas empleadas como “transporte de la mercancía fuerza de trabajo”, en consonancia con las conclusiones de Marx, quien ya en los *Debates de la Dieta Renana* alerta acerca del avance del interés privado. Con respecto a la figura del productor artístico de un disco, quien toma un lugar central desplazando a la figura del músico, podemos aquí remitirnos a lo planteado por Karl Marx en *Los debates de la Dieta renana*. Marx apunta que ciertas figuras surgen -en el proceso de subsunción del hombre a las cosas que supone el fetichismo de la mercancía en el capitalismo- para legitimar el derecho de que “el Estado favorece a los particulares”: aparece la figura del “guardia denunciante”, como un trabajo privado que termina convirtiéndose en Estado. El guardia tasador (servidor del propietario) se transforma en una autoridad estatal, el servidor del propietario se convierte en Estado.

Conjeturamos aquí que la figura del productor artístico en la industria musical sería equiparable a la de un “guardia tasador”, tal como Marx lo designa: el guardián al servicio del Estado, y éste, a su vez, al servicio del propietario. Los productores artísticos como agentes que trabajan al servicio de las grandes discográficas, de CAPIF y de la aplicación de las leyes de propiedad intelectual a nivel estatal – gubernamental.

En este DVD, Gustavo Santaolalla y Afo Verde aparecen como los “productores artísticos” que más testimonian acerca de su trabajo. Santaolalla remarca que “hacer un disco es un arte”. ¿Un “arte” que corresponde al productor?

Entre los músicos entrevistados para el DVD, Pedro Aznar confirma esta idea en su referencia a la etapa de mezcla: “-La mezcla son como elementos, como si uno tuviera que hacer un cuadro mezclando esos elementos”.

Las figuras que se destacan en este proceso de producción son las del productor discográfico (ejecutivo) y la del productor artístico. ¿Y los músicos, en qué lugar se situarían? ¿Como “estrellas” diseñadas para fulgurar en la brillante fachada que nada oculta y para disolverse luego en el vacío de la noche? Tal como sugiere Kracauer en la metáfora de las “luces de bengala”, la vida de la masa de empleados, alienada y enceguedida por exceso de “luz” y “colorido”, se volatiliza sin siquiera haber tomado conciencia del contexto en que está inscrita: *“En el Lunapark, de vez en cuando se exhibe, por la noche, una fuente iluminada con luces de bengala(...) Una vez que se ha extinguido el brillo, se hace evidente que éste provenía de la pobre forma cartilaginosa de algunos tubitos. La fuente se parece a la vida de muchos empleados. Esta se salva de la mezquindad en la dispersión, accede a ser iluminada por luces de bengala y se disuelve, sin tener conciencia de su origen, en el vacío de la noche”* (Kracauer, 2008; 216)

3. Los límites de la piratería de música.

El debate acerca de los límites de la privatización de los bienes intelectuales, estaría ausente –más aún, invisibilizado- en el DVD, pero está presente en los materiales gráficos de la campaña de CAPIF –en tanto uno de sus objetivos fundamentales es “actuar contra la piratería de música”-. Este debate supone partir de interrogantes tales como: ¿Hasta dónde se pueden privatizar los bienes intelectuales? ¿Hasta dónde conviene, a quiénes, privatizar qué partes del proceso de producción, circulación y consumo de un disco, y por qué? ¿Hasta dónde se puede privatizar una creación artística? ¿Qué significaría privatizar una obra musical, en tanto obra artística?

Si relacionamos este punto con lo planteado por Karl Marx en *Los debates de la Dieta renana*, Marx pone de relieve los ilegalismos de sectores dominantes y subalternos -aclarando que las costumbres de los sectores dominantes son contrarias al derecho- y establece el diferente signo de ambos. Existe una diferencia esencial entre la recolección de leña suelta y el robo de

leña (objeto, acción e intención son diferentes en cada caso). No obstante, para la Dieta todas parecieran constituir un robo. Se aplica la categoría de “robo” cuando no debe ser aplicada, por lo que esta noción se ve desfigurada cuando llega el momento de ser utilizada. Cabría aquí trazar un paralelismo con la opinión de algunos músicos -y también de parte del público- de que “no todo es piratería”. Citamos como ejemplo, los blogs en los que se sube y comparte música ya descatalogada -o aún inédita- por los sellos discográficos, los cuales, ante la falta de rentabilidad del “producto cultural”, eliminan un disco de su catálogo, más allá de la calidad musical del disco o de la trayectoria del artista.

Teniendo en cuenta estos presupuestos, nos preguntamos ¿qué es robo? ¿qué es piratería? ¿Cuáles son los criterios, la lógica y la racionalidad de la punibilidad hacia estas acciones, si los hubiere?

A partir de la idea marxiana del robo como punto de inflexión, punto de inicio, en el que las relaciones sociales se transforman (“robo originario”), nos preguntamos aquí ¿qué clase de robo se le hace al músico? Y ¿qué tipo de robo es el que se le hace al público?

Marx plantea que las nuevas formas jurídicas que castigan estos nuevos “robos” son nuevas formas de privatización de lo público. En este sentido podría pensarse el castigo impuesto a la piratería por parte de CAPIF -que aduciendo protección a derechos de autor, protege derechos mercantilistas de unos pocos que dirigen el proceso de producción de un bien de la “industria cultural musical”.

En este sentido, asume Ángel Ferrero (2009) *“Como ha escrito Daniel Bensaid, la lectura de los artículos de Marx adquiere hoy «una extraña actualidad [y plantea] el problema de la distinción entre el descubrimiento e invención y el de su interpretación jurídica. ¿Es posible privatizar una idea, teniendo en cuenta que en el fondo un programa informático no es más que un elemento de la lógica aplicada, es decir, una parcela de trabajo intelectual muerto acumulado? (...) [...] Estos rompecabezas filosófico-jurídicos son fruto de las contradicciones, cada vez más explosivas, entre la socialización del trabajo intelectual y la apropiación privada de ideas, por una parte; entre el trabajo abstracto, cuyo sostén es la medida mercantil, y el trabajo concreto difícilmente cuantificable que desempeña un rol creciente en el proceso de trabajo complejo, por otra parte”*. (Ferrero, 2009)

De aquí se siguen más interrogantes que respuestas ¿Hasta qué punto puede existir una Cámara que ejerza el dominio, el control y la regulación sobre los “derechos” de los productores de “fonogramas”? Si ya se privatiza el trabajo concreto de los músicos, que trabajan para las casas grabadoras, ¿se privatizan también las partituras por ellos compuestas?

4. A modo de ejemplo: El “Día del Libro” y “La Noche de las Disquerías”

Consideramos que existiría un paralelismo entre “La Noche de las Disquerías” (organizada anualmente por CAPIF) y lo consignado por Kracauer acerca del “Día del Libro” (salvando las distancias espacio-temporales y entre quiénes son los organizadores en cada caso)

*“En la revista de la Z.d.A, **El empleado libre**, puede celebrarse el ‘Día del libro’. Trabajemos para que el Día del Libro sea un gran éxito. Como sindicatos libres, colaboramos gozosamente con todo lo que promueve el crecimiento espiritual del pueblo’. El hecho de querer extirpar la literatura obscena para disfrutar del Día del libro, delata un contacto tan deficiente con los contenidos que no consigue llegar a ellos (...) El Día del libro no sólo no es ningún signo de crecimiento espiritual, sino que obstaculiza a éste en una medida mayor que las novelas triviales”* (Kracauer, 2008, 229- 230)

La nota institucional de CAPIF sintetiza de este modo el resultado de “La Noche de las Disquerías” en 2009: *“El público circuló entre las bateas de las disquerías no sólo para escuchar a sus artistas sino para aprovechar las ofertas y promociones especiales que ofrecieron estos negocios; además de ser una oportunidad para celebrar la música, La noche de las disquerías fue una excelente posibilidad para llevarse Cds a precios rebajados. Los disqueros confirmaron importantes incrementos en las ventas de esa noche (entre tres y seis veces más que lo habitual); mientras se sucedían las largas filas de público en las cajas de los locales, llevando un promedio de entre 4 y 5 discos por persona. Los tickets promedio oscilaron entre \$80- y 100-”*

Es claro el objetivo mercantil de este evento. Pero la música aquí aparece como una necesidad de consumo y también de gratificación masiva. En este sentido, Kracauer reconoce las condiciones de gratificación, las gratificaciones que obtienen las multitudes por las vías del

entretenimiento “masivo”. Uno de los resortes del sistema capitalista, para Kracauer, son las gratificaciones simbólicas de las masas.

La música, en este contexto, ¿aparecería como una “necesidad cultural” de las que Kracauer da cuenta? *“El empleado, de acuerdo con Suhr, gasta más en necesidades culturales que en vivienda, incluyendo calefacción e iluminación, así como en vestimenta y ropa blanca (...) Conscientemente o -caso todavía más- inconscientemente, la sociedad se ocupa de que esta demanda de necesidades culturales no conduzca a la reflexión acerca de las raíces de la genuina cultura y, con ello, a una crítica de las circunstancias gracias a las cuales ésta ejerce poder. La sociedad no reprime el impulso de vivir en el brillo y la dispersión, sino que lo propicia, donde pueda y como pueda”* (Kracauer, 2008, 206-207)

Sigue la crónica de La Noche de las Disquerías: *“En relación con este evento, Javier Delupí (Director Ejecutivo de CAPIF), declaró: ‘Estamos muy conformes con esta primera edición de La noche de las disquerías, y apuntamos a que éste sea un acontecimiento que se incorpore al calendario de actividades de la Ciudad, ya que resalta un espacio fundamental de nuestra cultura. (...) Asimismo, agregó: ‘Es muy importante destacar la mística y hasta el espíritu romántico de las disquerías, son el ambiente más propicio para descubrir nuevos géneros musicales, para recibir asesoramiento, para acercarse a nuevos artistas. La noche de las disquerías nació precisamente de la intención de acercar al público a estos lugares, para que se deje llevar por estos ambientes llenos de música’ “*

¿Cuál es el objetivo de este evento? ¿Acercar a la masa de consumidores al “brillo” - que según Kracauer- se ofrece a los empleados, bajo la forma de la dispersión- de las disquerías imbuidas de “mística” y de “espíritu romántico”? ¿Un brillo compuesto de una “luz” que oscurece más de lo que alumbra, en nombre de una “Nueva Objetividad”? *“El rasgo característico de la Nueva Objetividad es el hecho de ser una fachada que no oculta nada, que no emerge desde la profundidad, sino que sólo la simula”* (Kracauer, 2008, 211)

5. La maquinización y la mecanización en el proceso de producción de un disco.

En el DVD de CAPIF se hace claramente presente (9'00" a 10'08") la cadena de montaje en el proceso de producción de un CD. Ésta se muestra en un minuto, en el segmento "Etapa de fabricación", en que "se concreta el sueño de un artista y el trabajo de mucha gente". Se muestra la línea de montaje y los movimientos precisos, sincronizados, mecánicos de las máquinas que dan forma a la mercancía-CD, la etiquetan y empaquetan, *sin* mostrar a los trabajadores que las operan. En este minuto ¿qué se muestra/ qué se oculta de quienes trabajan en esta industria?

Kracauer plantea en *Los empleados* que desde que existe el capitalismo, ha habido continuamente racionalizaciones dentro de los límites trazados por él; especialmente en el período comprendido entre 1925 y 1928, ya que en él se instaura la producción a través de la máquina y de la línea de montaje. "*En lugar de los precedentes 'suboficiales del capital' ha aparecido un imponente ejército, en cuyas filas surgen cada vez más hombres corrientes, que son intercambiables entre sí*" (Kracauer, 2008, 114). En "El fenómeno de la cosificación", Lukács sostiene que desde el artesanado hasta la industria se va observando esta creciente racionalización.

El proceso de producción, dividido en etapas, es definido, finalmente, en este DVD, como el proceso "para que el artista logre llegar a la gente". Definido como un proceso "creativo": "-¿Te imaginabas cuántas etapas atraviesa la creación de un fonograma? Un recorrido tan extenso como creativo".

El proceso de producción de un CD puede descomponerse en "etapas", en las cuales diversos "especialistas" trabajan para lograr la conexión entre el músico y "la gente" en formato CD.

De la explicación de las etapas del proceso de producción de un disco, podemos destacar los siguientes puntos:

a) En la "etapa de arte y (video) clip" se sumaría la importancia del equipo de diseño y del fotógrafo: "ellos imprimirán el estilo del disco a través del mismo" (¿es el 'arte' del CD el que

imprime su estilo, y no la música?). “El ‘arte’ [del CD] expresa el concepto de un disco y resume la idea que el artista quiere reflejar desde su música” (en tanto, en el DVD se muestra a Los Nocheros actuando); b) En la fase de producción del videoclip, “el artista, junto con la compañía discográfica, deciden sobre qué tema se realizarán los videos, eligen al director, en un proceso casi similar al de una película”; c) en la etapa de grabación, en el estudio “están el músico, su productor, el ingeniero de sonido, el asistente del ingeniero y todo el plantel propio del estudio de grabación elegido” ; d) se define a la etapa de masterización como “un proceso por el cual se busca el sonido definitivo”.

En *Los empleados*, Kracauer cita a un director comercial de una fábrica moderna: “*La elaboración comercial del proceso de trabajo se encuentra racionalizada hasta el menor de los detalles*” Pareciera darse una análoga racionalización en el proceso de producción de un disco: “-Cientos de miles de personas hacen posible el arte de la música”. “-El personal de las discográficas es parte muy importante en este proceso”.

Lukács refiere a una creciente mecanización y racionalización del proceso de trabajo como tarea objetivamente calculable, que se enfrenta al trabajador con una objetividad cristalizada y conclusa. El proceso de trabajo se descompone cada vez más en operaciones parciales, con lo que se quiebra la relación del trabajador con el producto como un todo.

A este punto, Kracauer relata: “*la maquinaria Powers (...) realiza por medios mecánicos tareas para cuya ejecución eran necesarios el trabajo intelectual –que nunca funcionaba con seguridad automática- y una duración infinitamente mayor. El agente de elaboración mecánica es la tarjeta perforada (...) Las chicas (...) perforan sólo durante seis horas, y durante las dos horas restantes trabajan en tareas de oficina. De esa manera se les evita el trabajo excesivo (...) Además, por razones de higiene intercalamos, de vez en cuando, algunas pausas para airearse. ¡Qué organización...! Ni siquiera se olvidan de los breves lapsos de tiempo para tomarse un respiro*”. (Kracauer, 2008, 130 -131)

6. Deshumanización del trabajo de los músicos. Cosificación de las relaciones sociales de trabajo y de producción. Inversiones entre medios y fines, y entre cosas y personas.

Simmel en su visión de los fenómenos de cosificación y alienación, plantea que más allá del carácter, si suprimimos el carácter, somos cosas, o “máquinas”. Simmel apunta que el hombre de la modernidad es reductible a un engranaje de una gran maquinaria extractiva, sin conciencia de la realidad.

¿Qué supone el hecho de que las personas sean “intercambiables”? Existe un principio de deshumanización que subyace a este hecho.

“El jefe de la oficina) se siente muy halagado de que se reconozca la previsión con que logró que siempre sea posible reemplazarlo. [...] ‘ Y, después de todo, es totalmente indistinto que lo hagamos tú o yo ’ ” (Kracauer, 2008, 132)

Marx plantea que además de la inversión entre cosas y personas se da una inversión entre medios y fines. Si tomamos esta última, el CD terminaría siendo un fin en sí mismo; los medios se multiplicarían; y ya no habría un fin último, un fin de “hacer música por hacer música”...

“Lo que es típico de la estructura de toda la sociedad, es que una función del hombre al objetivarse y volverse mercancía, manifiesta con vigor extremo el carácter deshumanizado y deshumanizante de la relación mercantil” (Lukács, 1970, 118-119)

¿Hasta dónde pueden combinarse la reproducción social de las cosas, la reproducción técnica de las cosas (la cosificación que supone la reproducción, un mundo cada vez más cosificado) con la deshumanización de la vida? ¿Hasta dónde será posible una “reproducción técnica de las personas”?

Tanto Marx como Simmel hacen hincapié en considerar a los productos de la mano humana como si tuvieran vida propia. Nos preguntamos aquí si los CDs asumen una vida propia, o si las canciones asumen forma humana. Pedro Aznar en el DVD asegura: “-En el estudio de grabación a la canción le pasan un montón de cosas”. La canción, entonces, ¿no sería como una cosa (mercancía) que cobra vida, ante la atrofia de las relaciones entre los trabajadores?

Continúa Lukács: *“La separación de la fuerza de trabajo y de la personalidad del obrero, su metamorfosis en una cosa, en un objeto que el obrero vende en el mercado, se repite también aquí, con la diferencia de que no es el conjunto de las facultades intelectuales lo que es oprimido por la mecanización debida a las máquinas, sino una facultad (o un complejo de facultades) separada del conjunto de la personalidad, objetivada en relación a ella, y que se*

convierte en cosa, en mercancía. Aunque los medios de selección social de tales facultades y su valor de cambio material y «moral» sean fundamentalmente diferentes de los de la fuerza de trabajo (no se debe olvidar tampoco la gran serie de eslabones intermedios, de transiciones insensibles), el fenómeno fundamental sigue siendo el mismo". (Lukács, 1970, 125)

El proceso de producción de un disco es presentado en el DVD como "un recorrido en el que participó mucha gente: desde técnicos de grabación y de diseño, hasta agentes de prensa y compositores"... Los compositores son nombrados en último lugar... ¿Y los músicos intérpretes?

"-¿Te imaginabas cuántas etapas atraviesa la creación de un fonograma? Un recorrido tan extenso como creativo, en el que el punto de llegada sos vos, y cuya partida es esa letra o melodía que comenzó a resonar *en la cabeza de un músico*" (la cursiva es nuestra) "Porque recordá que siempre... todo empieza con una canción". Una canción cada vez más separada de quienes la crearon, en la que los músicos cada vez tienen menos protagonismo...

Además, se remarca en el DVD de CAPIF que los sellos discográficos "participan en todo el proceso creativo". -"Finalmente, la música llega a vos" (se muestra en primer plano un celular en el que suena un *ringtone*) después de "un recorrido tan extenso como creativo".

El trabajo de producción, entonces, ¿alcanzaría una fachada de "creatividad", una creatividad de la que el trabajo de los músicos estaría siendo desposeído?

En el DVD la fase de masterización es señalada como como "una etapa en la que se busca al sonido definitivo". ¿Se busca?, Más allá (o no) de la forma impersonal pasiva utilizada, en este proceso se vislumbra la cosificación de los músicos que crearon estos sonidos, concomitantemente con un proceso de humanización de estos sonidos.

¿Las canciones se "humanizan"? Marx propone la humanización de las cosas .como una forma de fetichización ("*si las mercancías pudieran hablar...*").

Pedro Aznar declara en el DVD: "-En el estudio de grabación, a la canción le pasan un montón de cosas. Cómo se la graba, con quiénes, con qué músicos...". Bien, pero todo eso que le sucede a la humanizada mercancía "canción" ¿quién lo decide?

León Gieco explica más adelante: -“El demo (...) se hace para ‘darle una onda’ a las canciones, a ver qué necesitan las canciones, necesitan un teclado, necesitan vientos, esto o esto”. Las canciones cobran vida y piden instrumentistas y cantantes aquí y allí...

Es importante en esta industria encontrar “un sonido” “personal”... ¿entre sonidos prediseñados por la industria musical discográfica?

Entre las inversiones entre medios y fines que se dan en la modernidad, Marx destaca también la inversión entre naturaleza y técnica: Esto podría verse en la oposición entre lo natural del sonido que un músico quisiera lograr y la imposición de “sonar tecno”, i.e., de la imposición post -mercantil de la utilización de tecnología de elaboración de procesamiento de sonidos cuando el músico no la desea.

En la frase marxiana: “*no lo saben pero lo hacen*” (si tuvieran conciencia de sí, no lo harían) se da la formulación de la ideología en relación con la mercancía.

Marx plantea que existe un tipo de acumulación “por desposesión” (algo que tiene una forma pública tomaría una forma privada)

¿Esto implicaría desposeer al artista de su creación o de su interpretación musical?

7. El trabajo especializado y la alienación. La figura del productor artístico-musical en la industria del CD.

Max Weber supone el concepto de vocación (llamado, *calling*), profesión, ocupación. ¿Cómo se daría esto en la industria musical ahora?

Weber plantea que en la modernidad, existe alguien que termina siendo un especialista por vocación. Sería una fragmentación por “vocación”. Weber nos alerta sobre el proceso de parcialización de estos especialistas Técnicos, ingenieros de sonido, productores ejecutivos y artísticos, ¿esto también sería una especialización que conllevaría el mismo riesgo?

Lukács señala que la división del trabajo descompone a los procesos del trabajo y de la vida en sus elementos y logra que esas funciones -aisladas por la racionalización-sean llevadas a

cabo -de la manera más racional- por «especialistas» particularmente adaptados a ellas *síquica y físicamente*”(…). *Esta racionalización y este aislamiento de las funciones parciales tienen como consecuencia necesaria el que cada una de ellas se torne autónoma y tenga tendencia a seguir su evolución por sí misma y según la lógica de su especialidad, independientemente de las demás funciones parciales de la sociedad (o de la parte a que pertenece en la sociedad). Y se comprende que esa tendencia se incremente al aumentar la división del trabajo, y su racionalización.*”(Lukács, 1970, 129)

Sigue Lukács “*Por otra parte, se trata de una intensificación aún más monstruosa de la especialización unilateral, violadora de la esencia humana del hombre, en la división del trabajo. La observación de Marx sobre el trabajo en la fábrica según la cual «el propio individuo está dividido, transformado en mecanismo automático de un trabajo parcial»...«atrofiado hasta no ser más que una anomalía», se verifica aquí tanto más crudamente cuanto que la división del trabajo exige tareas más elevadas, más evolucionadas y más «espirituales».* (Lukács, 1970,129)

Podemos puntualizar aquí que la figura del productor o director artístico aparecería en el DVD de CAPIF como especialista “elevado y espiritualizado”, como centro neurálgico de este proceso de producción de bienes culturales: -“El rol del director artístico es fundamental”. El productor artístico es mostrado en este DVD como alguien que, dentro de la lógica de su especialidad, puede incluso sugerir -persuasivamente- a los músicos algunas pautas para redondear las letras de las canciones: (¿canciones compuestas por *quién?*) “*En general, como representantes de la empresa aparecen personas que también trabajan como empleados: apoderados y otras personalidades de alto rango. Defienden los intereses del empresariado con una eficacia persuasiva que no siempre está libre de producir una impresión tragicómica. Ocurre que unas semanas después se encuentran, en ciertas circunstancias, del otro lado, y demandan al mismo empresario al que en tiempos mejores habían secundado*” (Kracauer, 2008, 169)

Afo Verde: “-¿Y si ponés ‘asesino de la razón’ o algo así?”

Guillermo “La Mosca” Novellis: “-Bueno, “asesino” sí, puede ser... Me falta una palabra. Cuando escuchen la canción, esa va a ser la palabra”.

Andrés Mayo (productor): “-Normalmente se busca un productor para que te ayude a elegir las canciones, entre el artista y la compañía”. La “normalidad” indicaría que en el mundo de la industria cultural musical este es el camino a seguir...

A este respecto Simmel apunta: *“Este carácter circular de los servicios en el que las clases inferiores compran para sí el trabajo de las superiores se da en una cantidad interminable de ejemplos que determina toda nuestra vida cultural. No obstante, este fenómeno es posible tan sólo merced a la objetivación que la producción ha alcanzado frente al sujeto productor y al consumidor y por medio de la cual puede trascender las diferencias sociales o de otras clases entre éstos. (...) En esta inversión de las relaciones tenidas por típicas entre las capas sociales inferiores y las superiores se da también con la mayor claridad el hecho de que la división del trabajo obliga a que éstas trabajen para aquéllas, pero la forma en que esto puede suceder es la objetivación completa de la producción, tanto frente a los unos como frente a los otros. Aquella inversión no es más que una consecuencia exterior de la conexión que existe entre la división del trabajo y la objetivación de los contenidos culturales”* (Simmel, 1977, 576-577)

8. Los bienes culturales musicales. ¿Democratización?

Tanto en Simmel como en Lukács, se plantea el problema de cómo expresar la vida en forma, sin que la forma termine disecando lo que la vida tiene de vida. ¿Cómo se da esto en la creación cultural, en la creación musical en nuestra contemporaneidad cultural? ¿Bajo el “formateo” de una obra musical en un bien-CD que se vende en disquerías y en grandes cadenas de malls y shopping centers? ¿Qué consecuencias tiene esto en relación al autor de esa obra? Resaltamos la vigencia de estas discusiones como instrumentales heurísticos para analizar los fenómenos de producciones culturales actuales.

A este punto, Simmel plantea que la misma racionalidad del cálculo que excluye rasgos esenciales de las personalidades individuales, opera sobre el sentido y el estilo de vida. Según Simmel, en la modernidad, el modo de producción capitalista supone una “racionalidad del cálculo” aplicada hasta en las capilaridades de la vida cotidiana. El individuo se ve reducido a una mera cantidad microscópica, frente a una “Gran Organización” que (le) sustrae su espiritualidad, sus valores y sus progresos, objetivando/deshumanizando sus formas de vida

subjetivas. Esta hipertrofia de la cultura objetiva (concomitante con la atrofia de la cultura individual/subjetiva) puede relacionarse con lo que Kracauer propone en “Asilo para desamparados”, la “Nueva Objetividad” que racionaliza hasta el placer de las masas espiritualmente desamparadas. La fragmentariedad es uno de los rasgos de esta racionalidad del cálculo:

“-Los artistas analizan con la compañía tanto el repertorio a grabar como los posibles cambios que se le pueden aplicar al demo antes de su versión final”. La compañía discográfica incide directamente, por lo que se explica en este DVD, en el proceso artístico musical. ¿Acaso la elección de un repertorio de canciones no es un área puramente musical? Decisiones fuertes, fundantes en cada artista para poder desarrollar un camino artístico propio, son dejadas en manos de “la compañía”...

“Hacer que ese disco llegue a todas las radios y canales de TV del país, para que el artista logre llegar a la gente”. Más allá de la necesidad de cumplir con pautas de mercado, plantear que un artista “logre llegar” a “la gente” sólo a través de la difusión masiva sería aplicar un criterio deshumanizador del trabajo de los artistas. El disco sería una de estas formas -situadas en un contexto sociohistórico- que llegan a nosotros (a “la gente”) de manera fragmentaria y fortuita.

De acuerdo con Simmel, en la modernidad se da una hipertrofia de los fenómenos de cultura objetiva y una atrofia de la subjetividad. La formulación del diagnóstico de la modernidad de Simmel como “tragedia de la cultura moderna” supone una relación que tenemos con lo que no podemos poseer, y está dada por la objetivación de los bienes personales y la disminución de la capacidad de subjetivizar los bienes culturales.

Simmel plantea que en la modernidad, existe una tendencia -que se ha incrementado- a una mayor accesibilidad a los bienes culturales. (Citamos como ejemplos a los aparatos de TV, la PC, los CDs de música de edición masiva, la música circulante en internet, en los celulares y en los medios masivos de comunicación). Para Simmel existen ciertos bienes culturales que, por una dinámica propia de la industria moderna, tienen un carácter cada vez más amplio, un carácter democratizante (entendiendo “democracia” en el sentido de “muchos”). Creemos aquí que la tendencia “democratizante” de la modernidad también está relacionada con pensar en auditorios masivos para la recepción de esos productos culturales. Los CD de música son diseñados por la industria cultural musical defendida por CAPIF para ser inexorablemente

presentados ante multitudes, en grandes estadios, en espectáculos masivos patrocinados por multinacionales y producidos por empresas “especializadas”. Este fenómeno iría en consonancia con la tendencia al incremento de las condiciones “cosificadas” de la vida, que Simmel asocia con la reproductibilidad técnica, los tiempos específicos de la técnica y la conciencia de la finitud de la vida, características de la modernidad.

9. La pérdida de las relaciones de sociabilidad en el trabajo de producción de música y de obras musicales.

A Simmel le interesan los instantes sociales, porque la sociedad cambia a cada instante. Focaliza Simmel también en las relaciones que aún no están mediadas (ej. las miradas entre las personas, relación cara a cara, ojos a ojos). La sociología de Simmel (en imbricación con el pensamiento de Husserl) es una fenomenología de las formas sociales. La sociología no es el estudio de la sociedad, sino de las relaciones sociales, que cambian en cada instante vital.

Simmel, en su diagnóstico de la modernidad, trabaja el concepto de “sociabilidad” como una relación cuyo fin es la propia relación. Por eso Simmel la denomina la forma “lúdica” de las relaciones. El fin de la relación es la relación en sí, el estar juntos. “Estar juntos porque sí”. Para Simmel, este tipo de relación se da en el arte, en su forma más pura, -en tipos o formas ideales de arte-, en tanto forma “lúdica” de estar con otros.

Simmel asume que existen ciertas formas de socialización que se mantienen (aún en la modernidad de la racionalidad del cálculo) como formas in-mediatas (ej. el mirarse ojos a ojos) Por lo tanto, son experiencias fugaces, momentáneas, que se apartan de las tendencias cosificantes de la modernidad, que no ha podido acabar con ellas. No pueden ser “formateadas” aún estas experiencias fugaces que tenemos frente a las obras de arte.

En la música, el “yo” se disuelve en la idea de comunidad, signada en algo que sí es total. Se da una contraposición entre “comunidad” (signada por la totalidad, por una idea de trascendencia) y “sociedad” (asociación “para”).

Sin embargo, la mayoría de las relaciones entre personas, en tiempos modernos (y postmodernos, podríamos agregar aquí), no son del tipo mencionado anteriormente, sino que estamos juntos “para hacer otras cosas”. En el contexto mercantil postcapitalista que el DVD de CAPIF muestra, el “yo” del artista creador se reifica y aliena en pos del surgimiento de la figura del productor artístico “creativo”.

Aquí podemos contraponer el estar juntos “para” hacer música, a un tipo de relación de sociabilidad, que no supone una mediación, i.e., un grupo de personas que se juntan a hacer música sólo por el hecho de hacer música. Un “estar juntos haciendo música” versus una ausencia de “sociabilidad” en la forma de hacer música -mostrada en el DVD-, música que “logra llegar a la gente”... a través de un producto en que interviene más el personal “especializado” de una discográfica que los músicos mismos.

Simmel ve a la sociabilidad -esta experiencia de estar juntos “porque sí”- como experiencia por fuera de las mediaciones que suponen el dinero y el poder. Si cada vez hay más mediaciones, -y la mediación del CD de música sería una de estas mediaciones- esta experiencia iría en sentido contrario.

Un punto en común entre Simmel y Marx en sus caracterizaciones de la modernidad es el componente relacional. Las relaciones entre las personas entre sí, construyen relaciones sociales. Kracauer, en *El ornamento de la masa* se pregunta, en este sentido ¿qué significado, o vacío de significado, asumiría el estar con otros, o bien “las formas sociales”)?

10. Conclusiones

El DVD de CAPIF cierra con esta frase: “Todo empieza con una canción, con la necesidad de un músico de convertir en canciones algo que le dicta su inspiración”

¿En qué lugar queda la inspiración de un músico luego de atravesar este proceso de deshumanización?

¿Cómo reconstruir, cómo desandar, el camino que va desde esta expresión de los '80 *“El auto de los productores está tapizado con la piel de los músicos” (Charly García)* ... a esta otra manifestación de fines de los '90...? : *“Agradezco la plata que me pagó Sony, porque esta vez se me ocurrió que para que yo hiciera mi disco, ellos la tenían que poner por adelantado” (Luis Alberto Spinetta)*

Cosificación, deshumanización, pérdida de carácter, de sentimiento, de subjetividad: son todas formas de aproximarnos a las expresiones del espíritu de la vida social moderna y, podríamos aventurar por lo ya trabajado, postmoderna también. Simmel plantea que, sin embargo, no hay una idea definitiva que asegure que ese es “el” devenir de la historia, sino que es posible pensar en otros fines, en otros devenires, en otras salidas no dadas.

En este mismo sentido, nos preguntamos si la música, en este contexto de industrialización enajenante puede “salvar”. El arte, según Simmel, puede salvar si permite encontrar una experiencia de totalidad, de total. Si existe un momento en el que el “yo” se disuelve en la representación de esa obra de arte. Esto se contrapone a lo que sucede a los sujetos en las presentaciones masivas de discos en las que lo importante es el show, los fuegos de artificio (literal y metafóricamente) y el espectáculo suele estar abajo del escenario. O de “escuchar” un disco cuya génesis reside en el arte de tapa y el videoclip? (según el DVD: “El proceso del “arte de hacer un disco”, eso es la génesis del disco, que es lo que después le llega a la gente”). ¿Es eso lo que “la gente” “escucha”? Si es así ¿dónde quedaría situada la música? ¿Y dónde la actividad de escucha? La escucha activa de un sujeto oyente activo, aparcería relegada por la industria musical.

Por otra parte, Simmel plantea que en la modernidad se da la pérdida de la cadena teleológica (Deseo-Medio-Fin). Esto ocurre porque desaparecen los fines últimos; nuestra conciencia quedará en los medios, y perderemos el fin último. El deseo se “confisca” en los medios -nunca va a llegar al fin-. Entonces, creemos que estaría en cada uno de los sujetos que hacen música plantearse: ¿Para qué hacer música hoy? Aconsejaríamos a los músicos compositores e intérpretes volver sobre esta idea de Kracauer: *“Valdría la pena reflexionar sobre cómo puede llegar uno al frente espiritual, en lugar de dejarse alimentar en la trastienda con sustancias burdas” (Kracauer, 2008, 230)*

Bibliografía

Eltit, Diamela: *Mano de obra*. Santiago de Chile, Seix Barral, 2002.

Ferrero, Ángel: “Mozart, los derechos de autor y el robo de leña”. En: *Sin Permiso*, 15 de noviembre de 2009. Disponible en: <http://www.sinpermiso.info/textos/index.php?id=2897>

Kracauer, Siegfried: *Los empleados. Un aspecto de la Alemania más reciente*. Barcelona, Gedisa, 2008.

Lukács, György: *Historia y conciencia de clase*. La Habana, Instituto del Libro, 1970.

Marx, Karl: *El capital. Crítica de la economía política*. T.I. Buenos Aires, Siglo XXI Argentina Editores, 1975.

Marx, Karl: *Los debates de la dieta renana*. Barcelona, Gedisa, 2006.

Simmel, Georg: *El individuo y la libertad. Ensayos sobre crítica de la cultura*. Barcelona, Península, 1996.

Simmel, Georg: *Filosofía del dinero*. Madrid, Instituto de Estudios Politécnicos, 1977.

Weber, Max: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México, FCE, 2006