

Colección Psicoanálisis y Psicoterapias
Director-Propietario: Ricardo Vergara Editor
Autor: Diego Schapira

Diego Schapira

Suena, Somos, Soy

La Música como Representación Social

e-book para Paibooks.com.ar

**Ricardo Vergara
Ediciones**

Schapira, Diego

Suena, somos, soy : la música como representación social / Diego Schapira. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : RV Ediciones, 2023.

Libro digital, PDF/A

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-8984-13-1

1. Musicoterapia. 2. Música. 3. Historia de la Música.
I. Título.

CDD 306.4842

Coordinación de Producción y Edición: Ricardo Vergara

Te: 011-6-231-2760

email: edicionesvergara@gmail.com

Facebook: Ricardo Vergara

Instagram: @ediciones.vergara

Colegiales, Ciudad de Buenos Aires

Diciembre 2022

Para comunicarse con el autor:

E-mail: schapiradiego@gmail.com

Ilustración de tapa: Julia Schapira

Ilustración digital realizada en Adobe Illustrator

Ig: @schapirar

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

Edición en papel y e-book

www.paibooks.com.ar

Todos los derechos reservados

® Ricardo Vergara Ediciones

® Diego Schapira

Indice

Dedicatorias.....	9
A modo de preludeo.....	11
Música e identidad cultural.....	13
Capítulo 1	
Somos Seres Musicales.....	13
1.1 A modo de introducción.....	13
1.2 Comienzos de la “virtualización”	17
1.3 De la escucha de música.....	18
Capítulo 2	
La Música en los Tiempos de la Sociedad Actual.....	21
2.1 Música y sociedad actual.....	21
2.2 La música en la sociedad.....	24
2.3 Y de repente, una púa y un parlante.....	26
2.4 La música como aglutinante social.....	31
2.5 Música como arte – Música como producto....	37
2.6 Un ejemplo en el jazz.....	44
2.7 Un ejemplo en el tango.....	45
2.8 Un ejemplo en la música erudita.....	45

2.9 Música sin músicos.....	46
2.10 Acerca de la valoración de la música.....	53

Capítulo 3

La musica y la identidad cultural en la sociedad actual.....	59
3.1 Acerca de la identidad.....	59
3.2 Identidad y dinámica temporal.....	63
3.3 Música como hecho social.....	67
3.4 La música y lo virtual.....	70
3.5 incidencia del exceso de tiempo.....	73
3.6 La música en el espíritu del pueblo.....	75
3.7 La construcción de la identidad en la música.....	77

Capítulo 4

Las Representaciones Sociales Musicales.....	85
4.1 La Música como Representación Social.....	85
4.2 Música como representación social.....	88
4.3 Representaciones sociales musicales y territorios existenciales en la música.....	98
4.4 Objetivación y anclaje de las representaciones sociales musicales.....	106

4.5 Música, desanclaje y reanclaje.....	109
4.6 El reanclaje como anticuerpo social.....	111
5. Anexo.....	115
Estudio Multicéntrico Acerca de la Música y la Identidad Cultural.....	115
Implementación del estudio.....	116
Evaluación de las experiencias y análisis de los datos...	119
Acerca del Instrumento de evaluación.....	120
Análisis de los datos	124
Resultados Generales por Categorías.....	126
Análisis de los resultados generales por categorías.....	127
Acerca de los resultados.....	129
Acerca de los resultados en España.....	131
Acerca de los resultados en Colombia.....	132
Recomendaciones.....	133
6. Bibliografía.....	135

Dedicatorias

*A Alicia, mi compañera de vida.
A mis amadas hijas Sofía y Julia,
y a mi hija adoptiva Monse.*

*A mis amigas y amigos, los que
saben contener y abrazar cuando
el viento frío da en el rostro.*

A mis hermanos Fernando y Pablo.

*A mis padres Martha y Berni,
donde quiera que estén.*

*A la memoria de Daniel Magnone,
sembrador de música en mí y en
tantos otros.*

A modo de preludio

Toda la vida tiene música, todas las cosas tienen música hoy... así nos decía Luis A. Spinetta en la década del '70. Y si aquello resonaba cuando aún faltaban varios años para la aparición de Internet y la expansión inconmensurable, vertiginosa y feroz de la industria musical, hoy es difícil concebir los alcances que la música genera en el devenir de la sociedad contemporánea, en la dinámica de los grupos de pertenencia, en los hábitos y en las costumbres. A partir de observar e indagar acerca de la música y su presencia en la sociedad actual, este texto intenta mostrar cómo la misma se ha constituido como una representación social. También indagaremos las maneras en que los grupos sociales se identifican, se construyen y actúan en la música. Los adelantos tecnológicos de las últimas décadas generan veloces cambios en las conductas sociales y la música, en tanto acto social, no escapa a este fenómeno. Esta situación no es más que otra de las formas en que se manifiesta la globalización, que por sus características propias tiende a la dispersión de la identidad cultural. Vivimos en un tiempo en el que la música juega un papel muy importante en esta dinámica de dilusión y construcción de la identidad.

Es necesario comprender la acción de la música y de la industria discográfica en los tiempos de la globalización, y su incidencia en la identidad cultural de las sociedades actuales. Hemos podido profundizar esto más aún, observando su influencia en las dinámicas sociales y en la modificación de las relaciones interpersonales durante el período de cuarentena y aislamiento social, que sacudió y reverbera en el planeta por la pandemia del Covid-19. También abre caminos para observar los eventuales mecanismos de preservación de la identidad cultural por parte de los cada vez más diver-

sificados grupos sociales, y percibir el rol que la música tiene, tanto en su estatus de representación social, como en sus funciones de divergencia o convergencia entre los grupos humanos convivientes.

Este trabajo no solo es fruto de una indagación y reflexión acerca de estas situaciones. También es el resultado de un estudio experimental multicéntrico que mi actividad profesional me permitió realizar en diez ciudades de ocho países, para mi tesis de doctorado en Psicología Social. El objetivo fue el de investigar la capacidad de los individuos de un mismo país de conectarse e identificarse en sus representaciones sociales musicales arraigadas, como factor de identidad cultural de su pueblo. Si bien en este libro apenas se detalla esta investigación en un anexo que me he permitido colocar en el final, sus resultados contribuyen a su desarrollo y se expresan en el discurrir mismo. Espero entonces que a través de su lectura el lector pueda cavilar acerca del lugar y la función de la música en la sociedad actual.

Música e identidad cultural

CAPÍTULO 1

SOMOS SERES MUSICALES

1.1 A modo de introducción

Una de las maravillosas características del ser humano es su capacidad de hacer música, y de que la misma haya cumplido siempre una función de expresividad y conjunción social. Se conocen culturas que no desarrollaron la escritura, pero no se sabe de ninguna que no haya creado su propia música. Más allá de las conocidas consideraciones evolutivas, y de que algunas de las conductas lamentablemente normalizadas por parte de la sociedad actual podrían cuestionarnos el atributo de “*sapiens*” que aún adjudicamos al ser humano actual, se ha observado a lo largo de toda la historia un atributo innato en el mismo, que es su musicalidad. Constituye lo que Zuckerkandl denominó como “*homo musicus*”, explicando que la musicalidad es una cualidad inherente al ser humano. La música no es algo que se incorpora en el desarrollo del individuo, sino que es una parte de uno mismo. Somos seres musicales, y nacemos como tales. Esta musicalidad innata, luego se despliega de diversas maneras, imbuidos del ambiente sonoro-musical en el que vivimos, y a través de las relaciones vinculares que vamos estableciendo. “...*el ser que necesita de música para estar completamente satisfecho*”, decía Zuckerkandl. Somos individuos sociales, y dialécticamente la música constituye un elemento fundamental que nos construye como personas y como sociedad.

Como mencioné en la introducción, las conductas sociales han acelerado vertiginosamente sus cambios naturales desde la última

etapa del siglo XX, imbuidas por los adelantos tecnológicos de las últimas décadas. La relación de los seres humanos con la música no escapa a este fenómeno apremiante y precipitado. Esta situación no es más que otra de las formas en que se manifiesta la globalización, que por sus características propias tiende a la dispersión de la identidad cultural, y que ha llegado a un punto en el que la música se ha dimensionado como representación social. Es un fenómeno que crece de manera exponencial, al amparo y bajo el impulso de la industria musical, y de los trepidantes adelantos tecnológicos que hacen realidad dispositivos de grabación, de almacenamiento de información y de audición superadores de las fantasías más fecundas. Sin embargo, este es un acontecimiento extremadamente reciente en la historia de la humanidad, y genera cambios también veloces en la vida cotidiana, en los hábitos y costumbres sociales, a los que es menester prestarles mucha atención. Al contrario de lo que ocurría apenas pocas décadas atrás, hoy es muy difícil imaginar a los individuos desligados de la música. La misma se ha convertido en un nuevo objeto de culto, a la vez que en objeto de consumo masivo promovido por una gigantesca industria musical. Vivimos en un tiempo en el que muchos de los denominados “músicos populares”, meros productos de esta industria, son entronizados como ídolos efímeros que una y otra vez caen en el olvido para ser reemplazados por otras deidades de temporada cuya veneración, inducida por la publicidad y por la difusión en los medios creados con esa finalidad, abonan un ciclo de cortas fulguraciones sucesivas, que periódicamente se renueva de manera circular e ininterrumpida.

Desde el último cuarto del siglo veinte, por diversos fenómenos, la música viene impregnando cada vez más la vida cotidiana de las personas (Ruud, Even¹). Es como un material que navega en suspensión por el río de la cultura, y en la desembocadura de cada día va formando islas de canciones, estilos, géneros y sub géneros musicales que conforman un delta a esta altura inabarcable. Cada día hay nuevas canciones. Cada día, en algún lugar del planeta hay nuevas obras musicales. Cada temporada surgen estilos musicales,

¹ Ruud, Even. *Music Therapy: Improvisation, Communication and Culture*. Barcelona Publishers. Philadelphia. 1998