

Janotti Jr., Jeder.
Gêneros musicais em ambientações digitais

MG, Brasil: PPGCOM/UFMG, 2020, 74 pp.

ISBN: 978-65-86963-01-4



Gêneros musicais em ambientações digitais es un ensayo que indaga las características de YouTube y Spotify en cuanto ambientes comunicacionales, atendiendo a los modos de escucha promovidos por dichas plataformas y a los modos de categorización musical propios del entorno virtual. Resulta pertinente señalar que las secciones de este libro pueden agruparse temáticamente de la siguiente manera: la Introducción y los primeros dos capítulos funcionan como estado de la cuestión, presentación del marco teórico y formulación de las hipótesis; los capítulos 3, 4, 5 y 6 abordan distintos aspectos característicos del acceso a la música a través de YouTube; los capítulos 7 y 8 presentan una reflexión acerca de los sistemas de recomendación y un ejemplo a través del caso de Spotify; por último, el *Post scriptum* señala cómo la pandemia de COVID-19 puso en evidencia una creciente digitalización del acceso a la cultura.

En la introducción, Janotti explicita algunos de los conceptos fundamentales que orientan la lectura a lo largo del resto del texto. En primer lugar, hace

referencia al “nomadismo” como forma predominante de acceso a la música en la web; este fenómeno está determinado por la sobreabundancia de información disponible en internet y los sistemas de recomendación que conducen las actividades de búsqueda y escucha musical *online*. En segundo lugar, se presenta el concepto de ambientación comunicacional para explicar la manera en la que la conectividad constituye un entorno en el que artefactos (dispositivos, interfaces y contenidos) y sujetos se entrelazan para dar forma a la materialidad específica del consumo musical a través de plataformas digitales de acceso. En tercer lugar, el autor propone considerar los géneros musicales como dispositivos que operan delimitando y transformando la materialidad de la producción, la circulación, el consumo y la apropiación de la música. Esta idea se introduce acompañada de una síntesis de las reglas formales y técnicas, semióticas, comportamentales, sociales e ideológicas, jurídicas y comerciales propuestas por Franco Fabbri (1982) para dar cuenta de los mecanismos convencionales a través de los cuales se conforman los géneros musicales; estas son reducidas a tres elementos: reglas económicas, reglas semióticas y reglas técnico-formales. Por último, la introducción nos deja dos interrogantes cardinales: ¿cómo se transformó la clasificación musical en los tiempos de las redes sociales? y ¿cómo pensar los procesos de conformación de identidades/alteridades en las plataformas y sitios de oferta musical?

El despliegue conceptual de la introducción se amplía cuando el autor plantea, en el primer capítulo, que la conectividad y los factores situacionales se tornan clave para las categorizaciones musicales actuales: la sonoridad destaca apenas como uno de los aspectos narrativos configuradores de la escucha musical. Los paisajes sensoriales asociados al consumo de música digital engloban diferentes modos de demarcación espacio-temporal que se asientan sobre diferencias de clase, género y raza, inscriptas en las posibilidades de acceso. Es decir, la hipótesis del autor es que el acoplamiento entre el humano y las tecnologías de disponibilidad y acceso a la música dan lugar a nuevas maneras de escuchar que, a su vez, afectan a los procesos de categorización musical.

En el segundo capítulo, Janotti continúa con la presentación del marco teórico. En primera instancia, plantea que un análisis comunicacional de la escucha musical presupone la articulación entre elementos sonoros y no sonoros. Para justificar esta posición se introduce como referencia al sociólogo francés Antoine Hennion (2011), quien considera los géneros musicales como determinados por conjuntos heterogéneos de dispositivos materiales y discursivos que integran los aspectos sonoros y no sonoros mediante narraciones organizadoras de las prácticas de consumo musical. La escucha como narrativa consiste en el acoplamiento entre

el cuerpo y artefactos culturales, esta conjunción tecnoestética constituye la materialidad de la escucha. Para fortalecer este punto, el autor cita a Giorgio Agamben (2007), quien plantea que los procesos de subjetivación se dan a partir de la articulación entre substancia y dispositivos. Al haber una relación estrecha entre las categorizaciones musicales y las transformaciones tecnológicas, en los tiempos que corren existe una proliferación de dispositivos de escucha que dan lugar a una diseminación de los procesos de subjetivación.

En el siguiente capítulo se ofrece un análisis comunicacional de YouTube. Surgido en 2005 y apelando al imaginario televisivo, YouTube fue originalmente un sitio que devino rápidamente en una aplicación. Debido a que las características de la Web 2.0 socavaron las barreras entre producción y recepción, el ambiente comunicacional de YouTube acabó siendo dominado por los *youtubers*, cuyos canales se monetizaron. Paulatinamente, YouTube se convirtió en la nueva centralidad de la comunicación audiovisual popular. Cuando fue comprado por Google, comenzó a asociarse con la industria mediática tradicional. En este sentido, Janotti señala las características “ambientales” de YouTube: por un lado, representan un pasaje del régimen de la autenticidad al de la sinceridad, ya que la frontera entre lo público y lo privado se desvanece; por otro lado, se apoyan en las prácticas de comentar, subir, construir *playlists*, etc., que pertenecen al universo de la conectividad, pero que también alimentan bases de datos de los sistemas de recomendación y de oferta publicitaria virtual.

La segunda sección dedicada a YouTube supone un ejercicio de búsqueda musical partiendo de la frase “*Soul music* Brasil”: los resultados son una mezcla de anuncios, músicas agrupadas en canales, videoclips y *playlists*. El autor sugiere que la categoría “*Soul Music*” fue configurada a partir de géneros como el *blues*, *jazz* y *gospel* (sonoridades afroamericanas, sedimentadas en el mercado musical estadounidense). El término “Brasil” generaría una asociación con la MPB, categoría problemática que se basa más en relaciones socioespaciales que en aquellas estrictamente musicales. La historicidad de las categorías de clasificación musical permite a los sistemas de recomendación articular bienes culturales, anuncios y rutas de escucha. Las referencias socioespaciales y sonoras distintivas asociadas a una categoría musical activan determinados ítems que son recomendados a los usuarios.

El autor propone el concepto de surf errante para dar cuenta del hecho de que las recomendaciones no solamente se conforman a partir de un género musical escuchado. La ubicación geográfica del usuario se superpone con las búsquedas y las escuchas realizadas, entonces las rutas de escucha parecen preconfiguradas a

partir de las posibilidades de navegación, cuya novedad es la presencia del usuario como marcador de consumo vinculado a su geolocalización y a sus rastros de navegación anteriores.

En el quinto capítulo, el autor parte de la premisa de que la centralización de la circulación audiovisual en YouTube se apoya en la regionalización de los contenidos y menciona al canal de esa plataforma más visitado en Brasil en 2019, *Kondzilla* (dedicado al funk paulista), que rápidamente pasó de ser un mero canal de YouTube a ser uno de los principales nodos de difusión audiovisual de música del mundo. Este funciona simultáneamente como sello, productora audiovisual y portal mediático. La producción de *Kondzilla* presenta las características de lo que Simone Pereira de Sá (2019) denomina RBMPP (Red Brasileira de Música Pop Periférica) en oposición a la MPB (Música Popular Brasileira), ya que las expresiones de RBMPP reconfiguran la idea de género musical articulando mediaciones que operan entre modos de producción, circulación, consumo y apropiación de música en las ambientaciones de la cultura digital. En ese sentido, Janotti señala que la mayoría de los contenidos producidos por *Kondzilla* son *feats* en los que dos o más artistas del mismo sello colaboran en un videoclip musical que funciona como *single*.

En el último capítulo referido a YouTube se reafirma la hipótesis de que el nomadismo y la mezcla de géneros son las principales marcas de la ambientación comunicacional de esta plataforma. El autor señala que como consecuencia de estas características se puede percibir los fenómenos de la “*Escuta blasée*” (escucha hastiada o despreocupada) y de la “*Tecnostalgia*” (emulación de dispositivos de escucha analógicos). El primer fenómeno es representado por el subgénero “*LoFiHipHop*”, que es una fusión entre *Hip Hop* y música *ambient*, y es producido para funcionar como fondo sonoro para las actividades cotidianas. El fenómeno de la “*Tecnostalgia*” es representado por el canal del sello de metal pesado *Stoned Meadows of Doom* en el que son publicados álbumes completos con su portada como imagen del video, emulando las portadas de los LPs.

En el séptimo capítulo, el autor explica, siguiendo la idea de constelación de conceptos de Deleuze y Guattari (2003), que todo concepto tiene un número finito de componentes, los cuales serían, a su vez, conceptos relacionados con otros campos del saber contiguos. Entonces, ambientación digital, plataformas, aplicaciones, canales de música, sistemas de recomendación, categorización y géneros musicales forman una constelación de conceptos relacionados con el desenvolvimiento de la cultura digital: el gran caudal de información acaba formando *clusters* caracterizados por la “contaminación” entre géneros musicales.

Así mismo, se plantea que, ante el fenómeno de la sobreabundancia, los sistemas de recomendación algorítmicos funcionan como el escenario de emergencia para los procesos políticos/estéticos vinculados a la coherencia expresiva, distinción y valoración cultural, los cuales forjan *performances* de gusto que caracterizan las vivencias vinculadas a los géneros musicales. Según Janotti, el gusto está articulado por juicios de valor vinculados al placer que produce la música y al modo de acceso a ella: las categorizaciones musicales presuponen experiencias en torno a ejercicios comparativos y *performances* que agencian gusto, repertorio y prácticas de escucha. Algunas de las categorías más importantes propias del entorno digital que se relacionan con los géneros musicales son: actividades/momentos, nostalgia y novedad, similitud.

En el último capítulo, el autor analiza las características mediáticas de la principal plataforma de *streaming* musical a nivel global: Spotify. En primer lugar, se plantea que en la ambientación comunicacional de la cultura digital se destacan los procesos de mediación como materializaciones de los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales de la música. Así, Spotify y YouTube configuran modos de escucha: las mediaciones materializan las relaciones entre categorizaciones, geolocalización, estética, escucha y economía de la música.

A continuación, Lawrence Grossberg (2010) es citado para sostener que la mediación es el espacio entre lo virtual y lo actual, un movimiento de eventos o cuerpos de un conjunto de relaciones a otras a partir del cual esos eventos o cuerpos se transforman. Escuchar música en una plataforma de streaming presupone participar de un entramado compuesto de *playlists*, categorizaciones musicales, comercio, asociaciones entre dispositivos y productos diversos. En este punto, se expone el planteo de María Eriksson (2019), quien afirma que Spotify se consolida mundialmente al ingresar al mercado de los EE. UU., luego de realizar acuerdos con las *Big Three* (los tres principales sellos discográficos a nivel mundial: Universal, Warner y Sony). Más del 70 % de los ingresos por suscripción son utilizados para pagar derechos de autor, pero Spotify centra su negocio en la comercialización de los datos de sus usuarios a empresas de marketing y publicidad digital. El *smartphone* es reconocido por el autor como el dispositivo centralizador de las prácticas culturales digitales, incluida la escucha musical. La ambientación comunicacional de Spotify parece apoyarse en una programación reactiva que tiene como principio la conectividad. Esta arquitectura se sostiene en las interacciones entre los usuarios, los sistemas de recomendación, la curaduría y los *clusters* de datos de los usuarios agrupados por edad, clase, etc. Esto realiza la conexión entre categorización musical y clasificación de los usuarios.

En el *Post scriptum*, el autor señala cómo el confinamiento espacial y la ruptura de las dinámicas cotidianas durante la pandemia del covid-19 dieron lugar a una mayor ubicuidad de la música. El *streaming* y los *live* a través de redes sociales se vuelven un modo de generar proximidad entre artistas y audiencia en tiempos de aislamiento.

El texto de Janotti tiene la virtud de abordar problemáticas contemporáneas vinculadas a la digitalización del acceso a la música desde una perspectiva comunicacional original y centrada en fenómenos culturales brasileros. El autor pone en juego una importante cantidad de conceptos: ambientación comunicacional, dispositivos de escucha, géneros musicales como dispositivos, escucha *blasée*, *tecnostalgia*, *clusters*, mediación, etc. El despliegue conceptual puede resultar abrumador y, por momentos, eso hace que la lectura se torne compleja si se intenta ir detrás de todas las referencias, pero, de todas maneras, se puede sostener que este texto parte de una premisa clara: existen relaciones entre los modos de apropiación cultural y los artefactos técnicos, relaciones entre los géneros musicales y los dispositivos de escucha. La hipótesis principal es que la materialidad específica de la experiencia de escucha musical es modificada por las características propias del entorno virtual. El análisis y los ejemplos ofrecidos a lo largo del texto son pertinentes y se centran en la descripción de la ecología o ambientación comunicacional digital de YouTube y, en menor medida, de Spotify, haciendo foco principalmente en los fenómenos que hacen a la categorización y la escucha musicales. Algunos de los elementos más destacados de la descripción funcionan como conclusiones respecto del interrogante principal: la ubicuidad y sobreabundancia de música tiene su contraparte en los sistemas de recomendación, lo que genera una dialéctica entre los polos “libertad de elección” y “escucha inducida”; los géneros musicales conviven con otras formas de categorización funcional de la música (humores, situaciones, tareas, etc.); los servicios de curaduría y recomendación algorítmica permiten orientar la experiencia de acceso a la música y también facilitan el trazado de perfiles de los usuarios para fines comerciales.

Matías Pragana