La ‘YouTubificación’ de la música

POR **ISRAEL MÁRQUEZ**

YouTube ha cambiado por completo nuestra relación con la música. Asistimos desde hace ya algunos años a un proceso creciente de ‘youtubificación’ musical que está transformando nuestros modos de producir, distribuir, consumir y experimentar la música. Abordamos algunos de estos cambios en el presente trabajo. En concreto, nos centramos en cómo YouTube ha propiciado la emergencia de un nuevo tipo de espacio-tiempo musical y la importancia que está teniendo esta plataforma en la creación de nuevas formas de pedagogía, creatividad y ‘socialidad’ musical.

YouTube es uno de los espacios digitales más famosos del mundo actual. Desde su fundación en el año 2005, YouTube se ha convertido en un sitio privilegiado para el almacenamiento, difusión y consumo de vídeos de todo tipo. En YouTube encontramos videoclips musicales, documentales, tutoriales, películas enteras o fragmentos de ellas, programas y series de televisión, cursos de idiomas, recetas de cocina, charlas, conferencias y cualquier contenido que podamos imaginar.

La propia plataforma, ideada bajo el concepto del *Broadcast Yourself*, o ‘difúndelo tú mismo’ (una actualización del viejo lema punk del *Do It Yourself*), estimula a sus usuarios a subir y compartir vídeos; o como señalan en su misma página web, a ‘unirse a la diversión’ de compartir vídeos y participar en la comunidad YouTube: ‘¿Te has fijado en la cantidad de vídeos alucinantes que hay en YouTube? Nuestros creadores son gente con talento… ¡y tú podrías ser uno de ellos! El dinero ya no es excusa: el equipo necesario para producir vídeos es cada vez más barato y fácil de usar. ¿A qué esperas para aportar tu granito de arena?'[1]. Hoy en día, YouTube es quizás el archivo audiovisual más grande de la Historia, verdadera videoteca universal que aloja en su interior fragmentos audiovisuales de todo tipo.

Un gran archivo musical

YouTube se ha convertido en el servicio más conocido de vídeos digitales, pero gran parte de

Fundación Telefónica
Telefónica

su contenido es de tipo musical. Así, de los vídeos más populares que el servicio ofrece, nueve de cada diez son de música y dos de los tres canales principales en YouTube son los de vídeos especializados en música: VEVO y Warner Music Sound (IFPI, 2013). Esto sin contar todas las canciones versionadas, parodiadas, 'remixadas' o 'mashapeadas' (muchas veces sin tener en cuenta cuestiones de *copyright*) realizadas por miles de fans, así como la cantidad de producciones musicales propias salidas de estudios digitales caseros que varios artistas de diferentes partes del mundo suben diariamente al sitio.

El resultado de todo ello es algo que puede resultar paradójico, pero que se está haciendo cada vez más evidente: que una plataforma pensada inicialmente para la difusión y consumo de vídeos se esté convirtiendo en el principal modo de acceso musical. Una encuesta realizada por la consultora Nielsen en el año 2012 sobre los hábitos de consumo musical en EEUU reveló que el 64 por ciento de los 3.000 encuestados menores de 18 años reconoce que su forma habitual de escuchar música no es la radio o los CD, sino YouTube (Nielsen, 2012). La propia IFPI (Federación Internacional de la Industria Fonográfica), en su informe de la música digital del año 2014, reconoce abiertamente que YouTube se ha convertido en «la principal forma de acceder a la música para los consumidores de todo el mundo» (IFPI, 2014, p. 20). Parece claro, pues, que estamos asistiendo a una especie de -si se nos permite la expresión- 'YouTubificación'[2] creciente de la experiencia musical, que trae consigo importantes consecuencias a la hora de entender nuestros modos de experimentar y relacionarnos con la música.

El objetivo de este artículo es ofrecer un primer acercamiento a cómo YouTube, en sus poco más de diez años de historia, ha conseguido transformar por completo el mundo de la música. Para ello, presentamos una serie de reflexiones basadas en la observación e interacción cotidiana con la plataforma y apoyadas en el trabajo de otros autores que también están reflexionando sobre este fenómeno (Reynolds, 2012; Miller, 2012). Si bien se trata de un acercamiento inicial al problema, el artículo puede servir para sugerir posibles líneas de investigación y estimular nuevas preguntas e interrogantes en torno a la enorme variedad de prácticas y procesos de creación, distribución, consumo y socialización musical que ocurren diariamente en el interior de esta plataforma.

En YouTube 'todo vale'

Si decíamos más arriba que YouTube es quizás el archivo audiovisual más grande de la Historia, lo mismo vale para el caso específico de la música. YouTube se ha convertido actualmente en un gigantesco archivo sonoro capaz de almacenar todo tipo de expresiones y prácticas musicales. Además de música de todos los géneros y estilos (desde compositores de música clásica hasta géneros experimentales de música electrónica, pasando por las canciones pop del momento), en YouTube encontramos todo tipo de videoclips musicales (antiguos y actuales), tutoriales sobre cómo tocar un determinado instrumento o sobre cómo utilizar *software* de edición de sonido como Ableton o ProTools; grabaciones de conciertos procedentes de fuentes diversas (programas de televisión, teléfonos móviles de los usuarios, etc.); versiones caseras de clásicos musicales, interpretadas con instrumentos reales o con los instrumentos de videojuegos como Guitar Hero; parodias de canciones pop en forma de karaoke; álbumes enteros acompañados de las imágenes del libreto y de las letras de las

Fundación Telefónica
Telefónica

canciones, etc. YouTube es una plataforma en la que 'todo vale'; cualquier contenido musical que imaginemos, por muy disparatado que sea, lo podemos encontrar navegando por el sitio. La plataforma no discrimina en cuestión de gustos y los usuarios la llenan de músicas de todo tipo, desde recopilatorios de sevillanas hasta *tracks* de música *techno*.

Este carácter de 'todo vale' de YouTube quedó perfectamente ilustrado en el festival YouFest o Festival de la generación YouTube, un evento de dos días celebrado en septiembre de 2012 en la ciudad de Madrid. El concepto del festival fue reunir durante esos dos días a artistas que triunfan en YouTube (es decir, los que más reproducciones generan), que se han hecho famosos a través de ella o que han sido resucitados gracias a esta plataforma. Entre los primeros figuraban nombres conocidos, como Primal Scream, Underworld, Buraka Som Sistema, Battles, Diplo o Felix da Housecat; entre los segundos, nuevos iconos de la generación YouTube, como el ecuatoriano Delfín Quishpe (o Delfín Hasta el Fin), las peruanas Wendy Sulca y La Tigresa del Oriente o el estadounidense Keenan Cahill; y entre los terceros, aquellas figuras que han conocido una suerte de 'segunda vida' a través de la popular plataforma de vídeos, como el icono de la década de 1980 Rick Astley o los españoles Locomía, Chimo Bayo o Los Manolos. El resultado fue un curioso cóctel de músicas, modas y actuaciones profesionales y *amateur* que, sin embargo, es un reflejo fiel de lo que es posible encontrar diariamente en YouTube, donde circulan y se mezclan contenidos musicales de todo tipo.

YouTube es paradigmático de un contexto postmoderno -¿o híper-?- en el que conviven los estilos más diversos, lo culto y lo popular, lo *underground* y lo *mainstream*, lo viejo y lo nuevo, lo serio y lo cómico, lo local y lo global, etc. Lipovetsky y Serroy (2015, p. 43) hablan en este sentido de una nueva 'era de inflación estética' que trae consigo una proliferación de formas, prácticas y experiencias profundamente heteróclitas. Esta nueva era es «descentrada, desjerarquizada, estructuralmente ecléctica» y en ella se multiplican los mestizajes más diversos y conviven los estilos más desemejantes.

Si esto es así para el arte en general, también lo es para la música. Y YouTube es una plataforma privilegiada para observarlo, como demuestran los ejemplos anteriores. La era de la inflación estética es también una era de inflación musical, una era de diversidad y superabundancia sonoras en la que se multiplican las propuestas musicales más diversas, donde se recuperan y digitalizan viejos discos del pasado y se suben a la Red y donde no paran de surgir nuevas experiencias musicales que mezclan los géneros más diversos, como actualmente hacen jóvenes productores de música electrónica, como aquellos englobados bajo etiquetas como Tropical Bass o Global Bass. Todo ello circula cada día en YouTube y todo ello hace de esta plataforma un epítome perfecto del posmodernismo musical.

YouTube y el nuevo espacio-tiempo musical

Un aspecto interesante de YouTube es que ha conseguido que toda la música se convierta en música presente. Esto es una consecuencia del almacenamiento digital de la música, el cual, como ha señalado Simon Frith (1999, p. 30), «señala una especie de final para la historia de la música o, quizás de manera más precisa, un final de la historia de la música lineal. El almacenamiento digital, de hecho, no niega tanto el pasado cuanto lo embalsama, al hacer de

Fundación Telefónica
Telefónica

él algo permanentemente a nuestro alcance, como una 'moneda' sonora y transnacional». Esto es lo que sucede en YouTube, donde una gran parte de la música del pasado, otrora difícil de localizar, se encuentra disponible y resulta fácilmente accesible para cualquier usuario sin necesidad alguna de desplazarse para conseguirla.

Esta supresión del desplazamiento musical fue advertida décadas atrás por pensadores como Umberto Eco o Paul Virilio. Para el primero, la extrema disponibilidad de la música que trajo consigo la llegada de la radio hizo que se eliminara el esfuerzo que había que hacer antes para 'merecérsela', como por ejemplo el peregrinaje hasta la sala de conciertos (Eco, 2001). Para Virilio, con los medios informáticos de telecomunicación «asistimos a las primicias de una 'llegada generalizada', en la que todo llega sin que sea necesario partir» (Virilio, 1997, p. 29).

En efecto, con los medios informáticos de telecomunicación no es solo el 'viaje' lo que se suprime, sino también la 'partida'. Todo ello en beneficio de la sola 'llegada', la llegada generalizada de datos, informaciones y productos que llegan a nosotros a golpe de clic, sin necesidad de movernos, puesto que son ellos los que vienen directamente a nuestro encuentro. El vehículo tradicional es sustituido por un nuevo tipo de vehículo, el vehículo audiovisual, «vehículo estático, sustituto de nuestros desplazamientos físicos y prolongación de la inercia domiciliaria que verá, al final, el triunfo del sedentarismo» (Virilio, 1997, p. 39).

Si bien las palabras de estos autores resultan bastante pesimistas -y de hecho, la gente sigue desplazándose físicamente para consumir música, como demuestra el auge de los festivales y las actuaciones en vivo en los últimos años-, sus apreciaciones tienen valor en lo que atañe a la música grabada y al hecho de que esta se ha ido haciendo cada vez más fácil de conseguir sin tener que movernos. En la actualidad, YouTube puede considerarse una nueva manifestación de este vehículo audiovisual del que hablaba Virilio, un vehículo capaz de traernos, 'sin que sea necesario partir', todo tipo de géneros y estilos musicales, entre ellos muchas grabaciones antiguas, que conviven en un mismo espacio-tiempo con las grabaciones más modernas y actuales.

Según Simon Reynolds (2012, p. 117), en YouTube los usuarios nos movemos lateralmente dentro de un mismo plano archivístico de espacio-tiempo, que coloca «el pasado remoto y el exótico presente uno junto al otro. Accesibles por igual, devienen en una misma cosa» y pone el siguiente ejemplo: «Una secuencia de YouTube de un *show* latino de 1971 -chicas en *minishorts* bailando al ritmo de algo que suena como una versión *ersatz* de la música de Tom Jones- existe verdaderamente en el mismo espacio que ese clip de último minuto de YouTube en el que las bailarinas negras adolescentes de Chicago ejecutan unos pasos extravagantes siguiendo el ritmo electrónico altamente acelerado de un *track* de *juke music*». El resultado es que en YouTube, como en Internet en general, «el pasado y el presente se mezclan de una manera que vuelven al tiempo blando y esponjoso» (Reynolds, 2012, p. 97). Se trata del 'tiempo atemporal' señalado por Manuel Castells (1997), una mezcla de tiempos característica del 'espacio de flujos' de la sociedad red, que desemboca en un tiempo comprimido donde las cosas suceden de forma simultánea y no ya de manera lineal, medible y predecible; de ahí la idea de Frith expuesta más arriba de que el almacenamiento musical supondría una especie de final para la historia de la música lineal. Puede que ese momento ya esté llegando…

Fundación Telefónica
Telefónica

YouTube, 'retroexótica' y 'xenomanía'

«Por eso te canto esta sabrosa cumbia
que me has inspirado a la luz de la mañana»
Pacho Galán remezclado por UFe, *Cumbiamor*

Esta mezcla de pasado y presente musical está teniendo importantes consecuencias para las nuevas generaciones de músicos, quienes han descubierto en YouTube una importante fuente de inspiración y material sonoro. Existen varios ejemplos, pero me centraré en uno que he seguido de cerca últimamente: la cumbia digital. Se trata de un nuevo género musical en el que jóvenes productores latinoamericanos fusionan la cumbia tradicional con la más moderna música electrónica de baile. Muchos de estos músicos 'samplean' fragmentos de viejas canciones de cumbia o extraen ciertas voces y/o sonidos de ellas. Estas canciones las encuentran frecuentemente en YouTube, desde donde también acceden a nuevos temas de música electrónica que inspiran sus propias producciones. «Nosotros somos hijos de Internet al cien por cien. [reconoce Rafael Pereira, del dúo peruano de cumbia digital Dengue Dengue Dengue]. Nuestro proyecto ha nacido completamente gracias a Internet. Todo lo que necesitamos lo encontramos en Internet, cumbias antiguas, sonidos modernos…»[3]. Y con Internet se refiere en gran medida a YouTube, el cual les sirvió tanto como plataforma de información y consumo musical (en la búsqueda de sonidos para 'samplear' o en los que encontrar inspiración) como plataforma de distribución capaz de hacer llegar su música a un público internacional geográficamente disperso.

Convivencia entre pasado y presente. Para Reynolds (2012, p. 117), el hecho de que en YouTube se mezclen sonidos antiguos y modernos -como los de la cumbia tradicional y la música electrónica, en el caso que nos ocupa- ha hecho que se estén expandiendo drásticamente los horizontes de influencia de las bandas contemporáneas, resultando en una especie de 'retroexótica' musical en la que el pasado remoto convive con el exótico presente. Así, junto a las músicas más novedosas y actuales, en YouTube se añaden cada día sonidos de todos los rincones del globo y de todas las grietas de nuestro pasado, incluidos los pasados de todas las culturas foráneas. Este acceso inmediato a sonidos antiguos y modernos procedentes de todo tipo de culturas ha expandido lo que el mismo Reynolds, en otro lugar (Reynolds, 2014, p. 670), caracteriza como 'xenomanía'; esto es, «una sed de estímulos sónicos extranjeros que cruza con facilidad las fronteras geográficas y los límites culturales. Igual que el concepto gemelo, el de 'retromanía', la 'xenomanía' ha sido intensificada de manera espectacular y posibilitada por Internet: nunca ha sido tan fácil, tan poco costoso en cuanto al dinero o el esfuerzo, probar la música extranjera, porque circula en vídeos de YouTube y mezclas *on line*. Gracias a Internet, ha surgido una nueva generación de oyentes y músicos con conciencia tan postgeográfica como posthistórica. Todo está al alcance de la mano […]».

Así se explica, volviendo a nuestro ejemplo de la cumbia digital, el hecho de que en los últimos años hayan surgido diferentes proyectos de cumbia digital procedentes de países tradicionalmente ajenos a la cumbia, como Holanda (Umoja, Sonido del Príncipe), Dinamarca (Copia Doble Systema), Australia (Cumbia Cosmonauts), Rumanía (UFe) o España (DJ Caution, DJ Lola Manola). Todos ellos son ejemplos de esa «una nueva generación de oyentes

Fundación Telefónica
Telefónica

y músicos con conciencia tan postgeográfica como posthistórica» de la que habla Reynolds, una generación educada musicalmente en torno a Internet y sitios como YouTube, donde músicas de todos los tiempos y lugares -desde antiguas cumbias colombianas o peruanas hasta las más modernas composiciones de *dubstep* británico- se mezclan y funden en un mismo plano archivístico de espacio-tiempo.

YouTube y la pedagogía musical 2.0

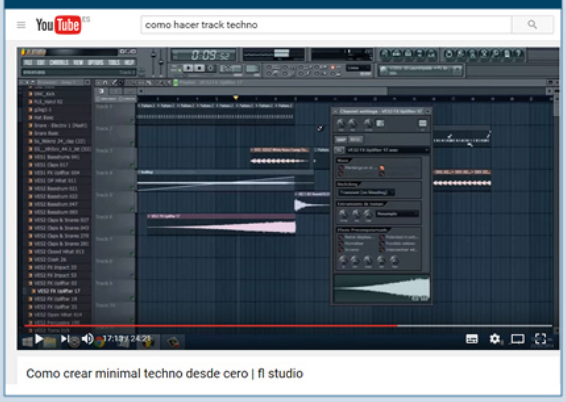
«Aquí encontrarás los mejores vídeos y tutoriales para aprender a tocar guitarra de una manera rápida, fácil y divertida.
Y lo mejor, totalmente gratis y sin moverte de tu casa»
Tus clases de guitarra (canal de YouTube)

YouTube no solo ha transformado la forma en que buscamos, distribuimos y consumimos música, sino también la forma en que la enseñamos y aprendemos. Una gran parte del contenido musical disponible en YouTube tiene que ver con vídeos y tutoriales que nos enseñan desde cómo tocar un determinado instrumento hasta cómo producir un determinado estilo de música o cómo tocar una canción de nuestra banda favorita. En YouTube encontramos desde profesores y profesionales de la música que han descubierto en esta plataforma un nuevo medio para transmitir sus conocimientos, hasta músicos *amateurs* que comparten sus experiencias musicales con otros músicos que también están empezando y que se asisten y ayudan mutuamente durante el proceso. Kiri Miller (2012) se refiere a este último caso como un ejemplo de pedagogía A2A (*amateur-to-amateur*), haciendo un juego de palabras con las famosas siglas p2p (*peer-to-peer*). Pero a diferencia del p2p, que supone un intercambio de archivos digitales, la pedagogía A2A supone un intercambio de conocimiento kinestésico, es decir, un 'aprender haciendo' basado en la práctica musical compartida.

Parece, pues, innegable que la pedagogía musical también ha sufrido un importante proceso de 'YouTubificación' durante los últimos años y cada vez son más los sonidos, instrumentos, canciones, bailes y movimientos que los usuarios aprenden directamente consultando esta plataforma. YouTube, en este sentido, no solo está generando un gigantesco archivo musical, sino también un enorme archivo de pedagogía musical en el que cualquier persona puede aprender a componer, tocar, mezclar, remezclar y bailar música de manera gratuita y sin moverse de su casa. Es así como, por ejemplo, se está creando gran parte de la música electrónica contemporánea. Los jóvenes músicos del presente no necesitan salir de su habitación para aprender a componer canciones de música electrónica desde su ordenador. Actualmente existen en YouTube multitud de tutoriales que enseñan paso por paso cómo armar una canción de *house*, *techno*, *minimal*, *dubstep* o cualquier otro género de electrónica en programas de edición de audio digital fácilmente accesibles como FL Studio, ProTools o Ableton (ver figura 1).

Fundación Telefónica
Telefónica

Figura 1. Tutorial sobre cómo crear una canción de minimal techno desde cero



FUENTE: HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=0SO_ZC-YJO4

Inteligencia colectiva musical. He puesto el ejemplo de la música electrónica, pero en realidad el proceso se extiende a cualquier género y estilo musical que podamos imaginar y su consulta y seguimiento dependerá de los gustos e intereses musicales de cada uno. Lo interesante es que en torno a estos tutoriales, se genera toda una red de interacción y comunicación (normalmente de carácter textual a partir de la lista de comentarios habilitada por YouTube) en la que los usuarios comparten conjuntamente impresiones, conocimientos, dudas o experiencias, que alimentan y expanden el propio contenido del tutorial. Surge entonces una especie de 'inteligencia colectiva musical' (Lévy, 2007, p. 116) basada en el aprendizaje cooperativo y en el intercambio de saberes musicales -si bien muchas veces este intercambio se reduce a unas pequeñas intervenciones en busca de una solución musical muy concreta (cómo lograr tal o cual acorde, ritmo o sonido, por ejemplo)-.

Este tipo de inteligencia colectiva musical no está ligada únicamente a los tutoriales, sino que surge de manera espontánea en otros vídeos disponibles en YouTube. Por ejemplo, en muchas sesiones de DJ almacenadas en la plataforma (de las que existe una enorme variedad), en ocasiones se generan comunidades de conocimiento en las que los propios usuarios preguntan y dan respuesta a preguntas del tipo '¿Cómo se llama la canción del minuto 12??'. Los usuarios van descifrando los *tracks* que conforman la sesión del DJ en cuestión y van recopilando los títulos de los mismos y los productores responsables de la canción o la remezcla. El resultado es un *tracklist* sumamente detallado de la sesión, que surge de manera emergente gracias al intercambio de saberes entre los distintos usuarios que coinciden en el espacio del vídeo. Muchos de ellos son DJ o productores primerizos que encuentran de esta forma un estimulante medio para descubrir nuevos artistas, bandas y canciones que incluir en sus propias mezclas, a los que también pueden acceder a través de YouTube.

Ventajas e inconvenientes del aprendizaje musical por YouTube

Volviendo a la cuestión del aprendizaje musical vía YouTube, este presenta algunas ventajas con respecto al aprendizaje musical tradicional. Por ejemplo, la posibilidad de repetir el vídeo varias veces y de detenernos y profundizar en aquellas partes que nos resultan más difíciles de aprender. Otra ventaja es su comodidad, ya que podemos aprender música sin necesidad de

Fundación Telefónica
Telefónica

abandonar nuestra casa y sin tener que vestirnos de manera formal. Podemos aprender a tocar un instrumento en pijama, en la intimidad y tranquilidad de nuestra habitación. Otra ventaja es su asequibilidad. La mayoría de los vídeos y tutoriales musicales disponibles en YouTube son de carácter gratuito, por lo que cualquier persona con pocos recursos económicos y que no sea capaz de costearse una escuela de música o un conservatorio profesional puede recurrir a este tipo de aprendizaje *on line* simplemente con un ordenador y una conexión a Internet. Esto supone una democratización del acceso al aprendizaje musical, con el consiguiente aumento de prácticas y experiencias musicales procedentes de distintas partes del mundo.

Entre las desventajas de esta nueva forma de 'ciberpedagogía musical' encontramos la falta de un *feedback* instantáneo y un diálogo real y efectivo entre profesor y estudiante, como suele ocurrir en la pedagogía musical presencial. Normalmente, los creadores de los tutoriales musicales graban su vídeo pensando en una especie de 'audiencia global imaginada' (Strangelove, 2010, p. 46) -o, más bien, clase o aula imaginada- y no en cada estudiante en concreto. Los tutoriales no se adaptan a las particularidades de cada estudiante y a sus ritmos de aprendizaje, como sí ocurre en la enseñanza presencial y sus tutorías individualizadas. El profesor virtual o 'ciberprofesor' no puede realizar un seguimiento personalizado de cada una de las personas que ven y siguen sus vídeos en YouTube. Es más, el profesor virtual no puede ar si los usuarios están siguiendo sus instrucciones o no, ni amonestarles por desviarse de ellas. Los estudiantes dejan comentarios a los videotutoriales, que el profesor puede o no responder. Muchas veces, son otros estudiantes que coinciden en el espacio del vídeo quienes responden a las dudas o comentarios de un estudiante particular. En tales casos se da un interesante desplazamiento al tipo de pedagogía A2A que señalábamos más arriba, un intercambio de saber y aprendizaje musical entre pares. El resultado de todo ello es una cierta «desestabilización de la autoridad del profesor» (Miller, 2012, p. 179), que en YouTube se vuelve una figura mucho más dispersa, fluida y confusa que en los contextos tradicionales de pedagogía musical basados en el cara a cara y el cuerpo a cuerpo.

YouTube, música y creatividad

Como señala Miller (2012), los tutoriales musicales de YouTube fomentan en muchos usuarios la experimentación creativa con medios y tecnologías disponibles y con estilos expresivos diferentes. Los creadores de los tutoriales añaden diferentes tipos de anotaciones, tipografías, imágenes, sonidos y animaciones a sus vídeos que contribuyen a reforzar su explicación verbal y su demostración física con el instrumento. YouTube está lleno de manifestaciones de este tipo de 'creatividad vernacular' (Burgess y Green, 2009), desde vídeos aficionados de bebés y gatos haciendo cosas graciosas hasta todo tipo de mezclas, *collages* y *mashups* que conectan intertextualmente las fuentes más diversas. Como señalan Gardner y Davis (2014, p. 121), los medios digitales han abierto a los usuarios, especialmente a aquellos más jóvenes, «nuevas vías de expresión creativa». No es solo que la producción de mezclas, *collages*, vídeos y música resulte mucho más sencilla y asequible económicamente para la juventud actual que para las generaciones predigitales, sino que también es más fácil encontrar un público para las producciones creativas. Junto con la democratización del acceso a bienes culturales de todo tipo se ha democratizado también el gusto por expresarse, y es como si en «cada cual dormitara un deseo artístico, una pasión por poner música, imágenes y en escena al mundo y a uno mismo» (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 344).
Existen varios ejemplos de creatividad vernacular en YouTube relacionados con la música. El

Fundación Telefónica
Telefónica

de los tutoriales musicales es uno, pero ahora me centraré en otro: en la 'subida' de canciones o álbumes enteros de música a la plataforma por parte de los usuarios. Reynolds (2012, p. 94) se refiere a este fenómeno señalando la manera en que los fans, «subiendo canciones acompañadas de imágenes abstractas móviles, tipo protecciones de pantalla o por una imagen fija (en muchos casos, una foto de la tapa del disco o del sello, o una filmación del vinilo girando en una bandeja)», han transformado YouTube en un recurso puramente auditivo.

Es cierto que en YouTube circulan muchos vídeos de estas características, pero también existen otros mucho más elaborados que no convierten el vídeo en ese recurso puramente auditivo del que habla Reynolds. Existen vídeos en los que una canción concreta va acompañada de subtítulos en otro idioma con una tipografía determinada, a la que a su vez se añade una secuencia de fotografías (estáticas o animadas) del artista o banda responsable de la canción. En otros, las fotografías del artista o banda se sustituyen (total o parcialmente) por imágenes que intentar retratar, de forma literal o metafórica, el contenido de la letra. En otros vídeos, se da algún tipo de relación intertextual entre el artista o banda y otros personajes mediáticos, como en el ejemplo de la figura 2, donde el bebé de la famosa portada del disco *Nevermind* de Nirvana se transforma en el icónico Bart Simpson y el billete de un dólar enganchado al anzuelo se personifica en la figura de Krusty el payaso.

Figura 2. La portada del disco Nevermind de Nirvana resignificada a partir de Los Simpson

FUENTE: HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=PPIRW1HM2CS

En todos estos casos, más que en un recurso puramente auditivo, los vídeos de YouTube se convierten en un verdadero *collage* audiovisual -y/o 'verbovisual' (Rodríguez de la Flor, 2002)- producto de la creatividad e imaginación de los propios usuarios, quienes no se limitan a subir sus canciones y bandas favoritas a la plataforma, sino que juegan y experimentan con ellas en modos muchas veces verdaderamente sorprendentes. El resultado es un tipo de experimentación creativa a partir de diferentes textos musicales (sonoros, verbales, fotográficos, etc.) que convierte YouTube -también- en un interesante archivo de la creatividad popular contemporánea.

YouTube y el DJ colectivo

Fundación Telefónica
Telefónica

De todo lo visto hasta ahora pareciera que las expresiones y relaciones musicales mediadas por YouTube ocurrieran exclusivamente de un modo virtual. Si bien muchas de las relaciones y formas de 'socialidad' musical que emergen desde la plataforma son de este tipo, también existen ejemplos en los que YouTube favorece nuevas formas de 'socialidad' de tipo presencial.

En su etnografía sobre el consumo musical de los jóvenes en Facebook y YouTube, Rossana Reguillo (2012) se refiere al uso de YouTube como DJ en las fiestas como una forma de 'socialidad' presencial mediada por esta plataforma. La autora destaca el hecho de que YouTube, en fiestas y otros espacios de esparcimiento juvenil, fomenta un tipo de *deejing* colectivo en el que los jóvenes se reúnen en torno al ordenador y se van turnando para actuar como DJ, seleccionando sus propios temas de entre la variedad de músicas almacenadas en YouTube y enlazando uno tras otro para crear una sesión musical compartida. Obviamente, los jóvenes no mezclan las canciones con la sutileza de un DJ profesional, sino que ponen un *track* detrás de otro de entre el infinito repertorio de músicas disponibles en YouTube. Como matiza Reguillo, en tales fiestas «todos podemos ser DJ y aportar desde nuestros gustos, repertorios, caprichos o nostalgias a la generación de una escena musical compartida. Sin la sofisticación del *turntablism* y el *beat jugglin* o la utilización de sofisticados *samplers* y sintetizadores, a través de una computadora conectada a Internet y a YT [YouTube], todos pueden 'programar y mezclar', tal vez sin la sutileza de un *crossfader*. Y, por si fuera poco, YT [YouTube] cuenta con muchos 'tutoriales' de cómo convertirte en DJ, usando el mismo».

La idea de una 'escena musical compartida', como la que se crea en este tipo de fiestas utilizando YouTube a modo de DJ colectivo, recuerda a la idea de 'escenio' propuesta por el compositor Brian Eno. Haciendo un juego de palabras entre los términos escena y genio, el artista británico propone la idea de 'escenio' para reivindicar un tipo de creatividad y autoría colectivas y no ya enteramente individuales. Con este concepto, Eno pretende ir más allá de nuestras viejas nociones románticas del autor como individuo autónomo y solitario. Reynolds (2014) recupera el concepto en el contexto de la música electrónica de baile y sugiere que muchas de estas escenas han surgido a partir de esta idea de 'escenio', donde tan importante como la música de los DJ y productores es la respuesta verbal, gestual y corporal del público. En un ambiente de club, músicos y público participan en la construcción de una creación colectiva que no puede reducirse a la figura de un único autor, sino más bien a una especie de autor colectivo.

De igual manera, en este tipo de fiestas presenciales mediadas por YouTube se da una suerte de autoría colectiva en la que tan importante es la música que se escucha y selecciona como la interacción y 'socialidad' que se establece en torno a ella en forma de palabras, gestos, bailes y movimientos de diversa índole. Quién sabe si en estos momentos de 'escenio' colectivo mediados por YouTube y su DJ colectivo se estén cocinando los nuevos géneros, estilos y sesiones musicales del futuro…

Notas finales

A lo largo de este artículo me he referido a algunos usos y prácticas relacionados con la experiencia musical contemporánea tal y como se está desarrollando a partir de YouTube. El

Fundación Telefónica
Telefónica

hecho de que tanto encuestas (Nielsen) como informes (IFPI) coincidan en señalar a esta plataforma como el principal modo de consumo y disfrute musical de la actualidad nos obliga a reflexionar críticamente sobre ella y el modo en que está transformado nuestras relaciones con la música.

La música está siendo 'YouTubificada' de formas muy diversas y a lo largo de este trabajo he ido señalando algunas de ellas. Para ello, me he apoyado en el pensamiento de autores que han reflexionado sobre los usos y prácticas musicales mediadas por YouTube, como ha hecho de manera ejemplar el crítico musical Simon Reynolds, así como en mi propia observación e interacción cotidiana con la plataforma. De esta forma, he destacado el hecho de que YouTube está generando un nuevo espacio-tiempo musical que convierte tanto el pasado más remoto como el presente más actual en igualmente localizables y accesibles. Esta extrema disponibilidad y ubicuidad del pasado y presente musicales favorecida por la plataforma está creando una nueva generación de oyentes y músicos que están desarrollando su educación musical con una conciencia tanto postgeográfica como posthistórica, lo que se refleja en unos gustos y producciones musicales cada vez más ecléctico s y heterogéneos, como pone de manifiesto el caso de la cumbia digital, que he tomado aquí como ejemplo.

La 'YouTubificación' de la experiencia musical afecta también al modo en que estamos enseñando y aprendiendo música, siendo un ejemplo paradigmático de ello el caso de los tutoriales musicales, donde se están articulando nuevos modos de relación profesor-alumno que van más allá de los tradicionales contextos de pedagogía musical basados en el cara-a-cada y el cuerpo-a-cuerpo, y que nos obligan a una redefinición de los procesos de enseñanza y aprendizaje musical en el mundo actual.

Asimismo, YouTube es un espacio donde los usuarios dan rienda suelta a su imaginación y creatividad jugando y experimentando con las canciones, álbumes y vídeos que 'suben' y comparten en la plataforma, una práctica que va desde el subtitulado de letras de canciones en otros idiomas hasta la inserción creativa de fotografías del artista o banda (o de cualquier otro tipo) en forma de secuencias de imágenes.

Por último, he querido subrayar cómo la 'YouTubificación' de la música no se refiere únicamente a usos, procesos y prácticas que ocurren enteramente en el espacio digital de la plataforma, sino que también observamos nuevas formas de 'socialidad' presencial en las que YouTube actúa como elemento catalizador de nuevas formas de entender y experimentar la música, como en fiestas y reuniones de amigos en los que la plataforma favorece la emergencia de una escena musical compartida mediada por una especie de DJ colectivo.

A pesar de tratarse de un acercamiento inicial al problema, espero que el artículo despierte posibles líneas de investigación y estimule la generación de nuevas preguntas en torno a estas y otras cuestiones relacionadas con la experiencia musical en YouTube. Sin embargo, una cosa está clara: YouTube ha transformado completamente nuestra relación con la música y una gran parte de los procesos, usos, prácticas y significados de lo musical en el mundo contemporáneo están circulando y se están desarrollando a partir de esta plataforma.

Bibliografía

Fundación Telefónica
Telefónica

Burgess, J. y Green, J. (2009). *YouTube. Online Video and Participatory Culture.* Cambridge: Polity Press.

Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza.

Eco, U. (2001). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen; Tusquets.

Frith, S. (1999). La constitución de la música rock como industria transnacional. En L. Puig y J. Talens (Eds.), *Las culturas del rock.* Madrid: Pre-Textos; Fundación Bancaja.

Garcés-Conejos Blitvich, P. (2010). The YouTubification of politics, impoliteness and polarization. En Rotimi Taiwo (Ed.), *Handbook of research on discourse behavior and digital communication: Language structures and social interaction*, pp. 540-563. Hershey, PA: IGI Global.

Gardner, H. y Davis, K. (2014). *Generación App. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Barcelona: Paidós.

IFPI (2014). *Informe de la música digital de la IFPI 2014: Nuevos mercados ven la luz* [en línea]. Disponible en: *http://www.ifpichile.cl/archives/dmr2013.pdf* [Consulta: 2016, 2 de septiembre].

– (2013). *Informe sobre la música digital de la IFPI 2013: Motor de un mundo digital* [en línea]. Disponible en: *http://www.ifpi.org/content/library/DMR2013_Spanish.pdf* [Consulta: 2016, 10 de septiembre].

Keen, A. (2007). *The Cult of the Amateur*. New York: Doubleday.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.

Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico.* Barcelona: Anagrama.

Martín-Barbero, J. (1990). De los medios a las prácticas. En G. Orozco (Coord.), *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación,* pp. 9-38. México: Universidad Iberoamericana.

Miller, K. (2012). *Playing Along. Digital Games, YouTube and Virtual Performance*. New York: Oxford University Press.

Nielsen (2012). *Music Discovery Still Dominated by Radio, says Nielsen Music 360 Report* [en línea]. Disponible en: *http://www.nielsen.com/ca/en/press-room/2012/music-discovery-still-dominated-by-radio–says-n*

Fundación Telefónica
Telefónica

ielsen-music-360.html [Consulta: 2016, 16 de septiembre].

Reguillo, R. (2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa. *Comunicación y Sociedad*, 18, jul.-dic., 135-171.

Reynolds, S. (2014). *Energy Flash. Un viaje a través de la música rave y la cultura de abaile*. Barcelona: Contra.

– (2012). *Retromanía. La adicción del pop a su propio pasado*. Buenos Aires: Caja Negra.
Rodríguez de la Flor, F. (2002). *Barroco. Representación e ideología en el mundo hispánico* (1580-1680). Madrid: Cátedra.

Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube. Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto: University of Toronto Press.

Virilio, P. (1997). *La velocidad de liberación.* Buenos Aires: Manantial.

Notas

[1] Véase: *https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/es/communityguidelines.html*

[2] A pesar de la extrañeza del término, este ha sido utilizado anteriormente por otros autores, si bien en contextos no propiamente musicales (véase: Keen, 2007 y Garcés-Conejos Blitvich, 2012).

[3] Entrevista con el autor.

[4] Utilizo el término 'socialidad' en la línea de autores como Maffesoli, Martín-Barbero o la propia Reguillo (2012, p. 137), quien lo define como «el proceso dinámico de la sociedad haciéndose, comunicándose», un modo de estar juntos que destaca las dimensiones comunicativas, rituales o performativas de una sociedad, así como «la diversidad y polisemia de la interacción social» (Martín-Barbero, 1990, p. 12).

Fundación Telefónica
Telefónica