

# Entre el capital cultural y el capital monetario: la economía en la música clásica contemporánea

Xavier Mas i Sempere

Departament de Sociologia i Antropologia Social

Universitat de València

Facultat de Ciències Socials, Despatx 3D02, Avinguda dels Tarongers 4B, València

e-mail: xavier.mas@uv.es

## INTRODUCCIÓN

A pesar de su carácter abstracto y etéreo, la música es uno de los elementos más importantes de nuestra sociedad. Constituida como hecho social –y con una notable repercusión– articula su desarrollo en relación al resto de elementos y actores de la sociedad. El objetivo de nuestro trabajo es conocer cuáles son los discursos que realizan, en el contexto cultural de la música clásica contemporánea y sobre el binomio música y economía los participantes en el campo de la música clásica: compositores, directores, intérpretes, gestores culturales y públicos. Ante la articulación de diferentes tipos de capital –cultural, humano, monetario– podremos identificar qué valores se otorgan y qué posiciones discursivas se adoptan desde cada uno de los colectivos analizados. Todo ello, nos permitirá saber cuál es la incidencia de la economía en este ámbito cultural y qué problemáticas se identifican desde cada grupo.

## DESARROLLO

En el caso de los **abonados sinfónicos**, hemos comprobado como los factores económicos puestos en juego –el precio del abono, la proximidad del auditorio y el gusto por el repertorio ofertado– permiten coser las suturas del grupo. De esta forma, se puede desarrollar un sentido de comunidad cohesionada más allá de la fractura que establece la distinción basada en el diferente nivel de capital cultural institucionalizado. Esta fisura se explicita de una forma muy evidente en el caso de la música clásica contemporánea. Una música que es percibida como desagradable por el público y a la que se le niega más presencia en el auditorio, directamente, por resultar insostenible económicamente.

En el ámbito de los **intérpretes** y los **compositores**, hemos identificado la incidencia del efecto Arrow generalizado. A través de la formación hemos visto como, según el contexto socioeconómico del músico, el coste de los estudios –instrumentos, materiales, cursos, viajes– se planteaba de forma más explícita o, directamente, se omitía. Respecto a la música clásica contemporánea, hemos observado un punto de inflexión entre las generaciones de compositores anteriores a 1959 y las posteriores a 1960. Para los primeros, las nuevas formas de composición son el elemento revolucionario y, para los segundos, lo es la adscripción a otros lenguajes estilísticos –incluidos los más tradicionales–. Esta situación, además, se vincula a la posición de dominio que se puede ejercer desde los conservatorios. El divorcio entre el público y los creadores actuales se acepta como una realidad social. A pesar de ello, los compositores niegan en sus discursos que realicen una música onanista o con ánimo de desagradar. Así, la responsabilidad de este fracaso cultural se puede achacar, según la posición discursiva, al creador, al público o al gestor cultural encargado de la programación.

Finalmente, en el apartado de los **gestores culturales y directivos de conservatorio** hemos podido identificar los objetivos principales de su tarea: el éxito de taquilla de la oferta programada y la preparación de los futuros profesionales. Para obtener dichos logros, unos se ubican en una posición más mercantilista –de gestión de recursos– mientras que otro consideran su labor un trabajo creativo. La música clásica contemporánea constituye, aquí, un reto aún más complejo dado el consabido rechazo del público y las dificultades logísticas para poner en escena las nuevas creaciones. Todo esto, les lleva a identificar el agotamiento del modelo actual. Las formas, pues, de abordar este complejo conflicto oscilan entre la responsabilidad por dar una formación completa al alumnado y crear un patrimonio musical de nuestro tiempo y el gusto por compartir un producto artístico que puede despertar placer. Ahora bien, esta disparidad de posiciones, se homogeneiza en el momento de plantear la renovación y aquí aparece la necesidad de cambiar los reclamos, de comunicar de otra manera y, en definitiva, de dejar de centrar el interés en el **qué** de la programación –el repertorio– para dedicar los esfuerzos a diseñar el **cómo**, esto es, la forma en la que se va a comunicar la música.

## CONCLUSIONES

En conclusión, la música y los sujetos que se desarrollan en su campo social no pueden perder de vista el sentido de proceso comercial e industrial inherente. Desde la formación hasta la puesta en música, todas las etapas se relacionan con elementos económicos. La música clásica contemporánea y la crisis que provoca en el campo, aún más, han obligado a replantear el proceso en su conjunto. Las preguntas, ahora bien, han cambiado y la mirada que se articula con elementos económicos y creativos ha pasado de fijarse en el contenido de la programación para poner el foco en el continente y en las diferentes formas en qué se puede presentar las creaciones contemporáneas al público.

## REFERENCIAS

- Attali, J. (1977). *Ruidos: ensayo sobre la economía política de la música*. València: Ibérica de Ediciones y Publicaciones.
- Blacking, J. (2010). *¿Hay música en el hombre?*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bourdieu, P. (1987). Los tres estados del capital cultural. *Sociológica*, 5, 11–17.
- Bourdieu, P. (1990). Algunas propiedades de los campos. In P. Bourdieu (Ed.), *Sociología y Cultura* (pp. 135–141). México: Conaculta.
- Bourdieu, P. (1991). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Merriam, A. (2001). Definiciones de «musicología comparada» y «etnomusicología»: una perspectiva histórico-teórica. In F. Cruces & E. All (Eds.), *Las culturas musicales: lecturas en etnomusicología* (pp. 59–78). Madrid: Editorial Trotta.
- Nettl, B. (2001). Últimas tendencias en etnomusicología. In F. Cruces & E. All (Eds.), *Las culturas musicales: lecturas en etnomusicología* (pp. 115–154). Madrid: Editorial Trotta.
- Philo, G., & Miller, D. (2010). *Els mercats assassins: estudis culturals, mitjans de comunicació i conformisme*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Simmel, G. (2003). *Estudios psicológicos y etnológicos sobre música*. Buenos Aires: Editorial Gorla.
- Small, C. (1998). *Musicking*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Tagg, P. (1982). Analysing Popular Music: Theory, Method and Practice. *Popular Music*, 2, 37–67.