



**Universidad Autónoma  
del Estado de México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

***“El futuro de la identidad virtual ¿Es posible  
personalizar piezas musicales a través de la  
Inteligencia Artificial?”***

**ENSAYO**

Que para obtener el título de  
Licenciado en Comunicación

Presenta

**Luis Ernesto Misulinich Orea**

Director

**Dr. Gustavo A. Garduño Oropeza**

**Toluca, Estado de México, 9 de abril de 2024.**



# El futuro de la identidad virtual ¿Es posible personalizar piezas musicales a través de Inteligencia Artificial?

## Índice

Capítulo I .....	1
Introducción .....	1
El horizonte de la posibilidad .....	10
Ideología e identidad hacia lo virtual .....	17
Identidad .....	17
Ideología .....	22
Capítulo II .....	30
Estructura dialéctica .....	30
Estructura emocional .....	41
Capítulo III .....	47
Solucionismo tecnológico .....	47
Perversidad .....	49
Futilidad .....	50
Riesgo .....	50
Obra contemplativa (musical) .....	52
Obra receptiva (musical) .....	52
Obra de experiencia (musical) .....	53
Obra a partir del Gadget (musical) .....	54
Ingenieros o mediadores sociales .....	56
¿El futuro de la música es la inteligencia artificial? .....	58
Conclusiones .....	63
Bibliografía .....	66

# Capítulo I

## *Introducción*

Cuando objetivamos las características por las cuales la música popular en el siglo XXI obtiene un valor casi fundamental en el aparato social, encontramos a la par la síntesis del paradigma del sujeto y su identidad. Por ello, la finitud de una de las bellas artes, que bajo efectos de este escrito “la música”, a la cual nos referiremos, será la de la industria cultural del mercado, que ha quedado abierta para su explotación a la relación que media entre quien la produce, quien la percibe y consume. Por tanto, es un sujeto de identificación capaz de producir identidad. La música puede redundar, consecuentemente, en el mundo digital o virtual como un sustituto de la identidad del sujeto que la consume.

El ser humano ha instaurado un sistema de recopilación de información y una estructura de un orden tan complejo que ha causado la invalidez del sujeto que esté fuera de tal formato cultural. Por ende, la capacidad de inmortalizarse se vuelve inminente, y ante los ojos tecnológicos, su fiabilidad para el autorreconocimiento se amplifica. La identidad corresponde a la idea de saber cómo definir la personalidad, retratar la subjetividad de la conciencia humana, los deseos y las sensaciones en categorías limitadas que suscriban a la realidad o, al menos, que se acerquen a ella tanto como les sea posible. Si bien tenemos el ejemplo de las firmas digitales en las que uno mismo se describe o incluso utiliza un modelo tridimensional para ajustarse físicamente, nunca deja de ser limitada a una serie de variables de las cuales no se puede escapar. ¿Es posible retratar nuestra esencia o personalidad con un fragmento fuera de lo visual? ¿Será la sonoridad, la musicalidad, la nueva síntesis del “yo”? Las posibilidades que abarca la estructura musical, así como su ente discursivo, pone a discusión su influencia en las emociones y su infinidad de dimensiones gracias a las cuales se puede generar una firma particular de identidad sonora.

Los estándares habrían surgido en un comienzo de las necesidades de los consumidores: de ahí que fueran aceptados sin oposición. Y, en realidad, es en el círculo de manipulación y de necesidad que la refuerza donde la unidad del sistema se afianza más cada vez. (Adorno y Horkheimer, 1944, p.166)

La problemática de que esta música se rinda ante los demandantes y su necesidad de algo genuino, estructura nuevos posicionamientos de producción en los que se mantiene la base de un espectador consciente y participante de la retroalimentación de su consumo. La tesis de especular acerca de nuevas formas de identidad virtual se exhibe al nuevo intento de reificación de la música en la industria cultural en el contexto de la posmodernidad actual. Es decir, sumerge al sujeto en nuevas experiencias, deja atrás al común “espectador” de la obra, al “receptor” que interpreta, y es posible instaurar un nuevo lenguaje con un sujeto interactivo con la obra, producir una construcción genuina desde la amplitud de lo estético.

Ahora bien, predisponer una obra musical mutable y que pueda tener herramientas que el sujeto pueda sustraer o agregar parece más una digitalidad mecánica que un espectro de lo artístico. Sin embargo, y en relación con lo anterior, la variabilidad sonora de una pieza no será en pro de lo que el sujeto pueda aportar a la misma, sino a parámetros establecidos previamente, que sólo brinden la libertad de la selección determinada. Esto significa hablar de la capacidad de líneas musicales alternas, bajo los paradigmas de la reacción emocional, la recepción discursiva y el significante de la identidad.

El estado de conciencia de los hombres hace que haya una pretensión de autonomía en el pensamiento; es como si las ideas por las cuales se concibe el mundo fueran producto de la libertad de los sujetos, cuando en realidad son impuestas por la estructura social en que se encuentran. (García E., 2015, p. 155)

Este autor, que analiza de manera concreta la *Situación social de la música* de Adorno nos despliega el fundamento de este capítulo.

La realidad dentro de una sociedad interna en el auto consentimiento de los deseos que, dejados por la Industria y manejados por la mano superior del Estado, provee no sólo material, sino ideas para poder consumir. Esto llevado a la expresión del autor de la falsa conciencia y nos da a entender la identidad del *sí mismo* como una respuesta al orden concreto en el cual el miedo a la aspiración y trascendencia del sistema social cae en una solución adaptable al sujeto. Esto se reforma progresivamente para darle un objetivo inalcanzable pero lo suficientemente deseable para evitar la obra Sujeto-Objeto que nos lleva a la interpretación del mundo en nuestra abstracción humana.

La pertenencia al sistema determinado por el contexto nos interpela a que cada pensamiento e idea sea una estructura que tendrá necesidades emergentes y, como forma de realidad propia, considera sus intereses siempre en concordancia con la dinámica de Opressor-Oprimido.

Pero ¿Cómo es que la percepción colectiva nos arrebató el pensamiento individual?

La respuesta es la pureza de la ignorancia del ser individual, que considera único e irrepetible el conocimiento o su aportación y elude la inevitable influencia del ambiente en el cual se desarrolla su concepto. Su trascendencia dentro de la cultura lleva a considerarla ideología. Como asegura García E. (2015), “Adorno considera que la ideología es el estado de conciencia e inconsciencia de las masas y no el mero hecho de la ciega aceptación de los productos sociales y culturales” (p. 155).

Mientras más nos adentramos en la percepción adorniana de la ideología, más familiar resulta el concepto de autonomía empleado por Adorno. El autor considera en su libro *Contribución a la doctrina de las ideologías* que la autonomía intelectual propia del concepto ideológico se podía desprender de las ataduras sociales. Sin embargo, a partir del siglo XX y de la nueva reificación del arte en la industria cultural, esto parece imposible. Aunque la relación de igualdad se mantenga en una falsa identidad, como dice el autor, no debemos cegarnos ante la lógica que nos dicta que la reconciliación no es llevada a cabo en consecuencia por los huecos sociales e imposibilidad del sujeto de tener un pensamiento propio fuera de la

experiencia colectiva y dogmas establecidos. Las formas de producción dieron un cambio significativo en el siglo XX. La propia evolución del pensamiento humano y del sistema ideológico moderno o posmoderno, dio la apropiación de bienes culturales para su consumo en la sociedad industrial. Con esta situación, la pérdida de autonomía se hace creciente. Aunque para Adorno la realidad del fenómeno natural musical estaba ya en decadencia: “Sus categorías estéticas no son eternas, ni son tampoco la manifestación de un espíritu musical al cual todos los compositores deban atenerse” (García E, 2015, p. 156)

Lo anterior nos lleva a enfocar el anhelo de la sociedad por mantener los suspiros de épocas y formas de construcción pasadas sin darse cuenta de que, en esos mismos contextos culturales, los propios autores se vieron inmersos autoritariamente en el material empírico y no aceptado que el futuro les recompensó con la apreciación de sus obras. Como mencionan Adorno y Horkheimer (1944): “El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio, les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente” (p.166)

Por su parte, la *Dialéctica de la Ilustración* (1944, p.188) nos devela un mensaje fuerte sobre la Industria Cultural y una de sus parábolas más grandes: el entretenimiento. Sin embargo, la sutileza con la que destrozan a los medios como reproductores de contenido a las masas nos interesa en la medida en que la música, aún en ese momento considerada no consumida dentro de los bienes culturales, se vuelve el estandarte de la legitimidad social en la posguerra, y hasta nuestros días, sobre las necesidades emergentes.

Así mismo observamos cómo la música se transforma en un producto que, a semejanza de los otros medios, funge como el unificador de sociedades culturales dispares, pero siempre en función estigmatizada de ser el estándar para consumir y reproducir. La situación real de la propuesta autónoma del compositor del siglo XIX quedó, según Adorno, como un peldaño debajo de la necesidad de adaptarse al mercado. El impulso del arte se volvió en respuesta a las demandas de una colectividad disfrazada de propuesta individual, lo que nos lleva a una degradación

de contenido y a la aceptación de una mano rigurosa e ideológica del nuevo mundo: la económica.

Según García E., el trabajo es la “actividad de los seres humanos que les permite transformar la naturaleza en aras de satisfacer sus necesidades” (2015, p. 157). El trabajo funge como el motor de avance de una civilización por su capacidad de siempre tener presente al Opressor-Oprimido o al Burgués-Obrero. La epifanía encontrada por el hombre y analizada por García Echeverri, nos coloca en el resultado de las herramientas que facilitan el pensamiento humano o, más bien, lo impulsan. Así como el trabajo evoluciona y los medios de producción se incrementan, también la capacidad obrera requiere un réquiem dulce de distracción y diversión brindado por la misma Industria.

Una vez analizado el panorama en el cual está inmersa la música podemos afirmar que la adecuación simultánea de la demanda de contenidos hecha por los receptores y consumidores debe de atender a ciertas características lineales. Es así como se transforma la música, gracias a la industria cultural, en arte popular creado por y para los públicos del mercado.

Es difícil entrar en el entendimiento de que el hombre en una sociedad avanzada funge como mera pieza reemplazable, más aún cuando el propio aparato económico nos estereotipa una utopía de satisfacción y de necesidades idealizadas como alcanzables. Sin embargo, el trabajo no tiene el poder de envolver al sí mismo en una rueda interminable, para ello existe la idea de la diversión, porque “...la diversión es el poder que hay sobre los consumidores; es el trabajo prolongado, en el sentido de que se busca divertirse para poder seguir aguantando la carga de trabajo alienado” (García E., 2015, p. 159).

Permítaseme abordar que los modelos de producción para los que fungimos como trabajadores marcan un camino pavimentado y alumbrado donde se da la libertad creativa de la personalidad y el desarrollo de un gusto “propio”, mentira absorbente que se fundamenta con la ilusión de consumir productos y ser “felices” bajo las propias reglas individuales de pertenencia.

El entretenimiento nos vende un escape de la rutina colectiva del todo y, sin darnos cuenta, es el propio colectivo quien sitúa los gustos y las selecciones que el

sí mismo apropia como suyos. El autor García Echeverri escribe que “En la industria cultural los individuos no deben ser conscientes de las formas en que se consume un producto, pues nuestra individualidad, la experiencia de cada uno, no determina la forma en que se da la diversión, sino que es el reflejo del esquema de producción” (2015, p. 159).

Secundo al autor sobre su percepción en conjunto con la que Adorno abordó años atrás, y lo complemento con mi idea de que la dimensión de la formación de opiniones a la hora de la “venta” tiene una mutación. El ser consciente de la falacia no libera la mente obstruida del sí mismo, ni siquiera lo salva o retira del propio esquema de rueda. Pero he aquí la idea de aplicar un modelo, que brinde un significado aprovechable al funcionamiento de la industria cultural: “El espectador no ha de necesitar ningún pensamiento propio: el producto indica toda reacción: no en virtud de su contexto objetivo, sino por medio de señales” (Adorno y Horkheimer, 1944, p.150).

Aunque la música entró como idealizador inconsciente de una sociedad en formación de posguerra, la praxis de la reacción sobre ella y su contenido ha sido tan recurrida que es evidente que no sobrepasa la abstracción enaltecida que tenía hace un siglo. Emociones del recurrente colectivo o de una fácil percepción y emulación cognitiva llevan a que la transformación de la humanidad a lo largo del tiempo sea vista como “epifanía” individual en lugar de un suero lento del sistema que da placebos de evolución a la individualidad perdida.

La subjetividad en la construcción de “realidades” permite expandir el medio de señales para que el sí mismo, en su idea normativa de consumo, experimente una sensación asociada en el contexto del proyecto o una sensación en el inconsciente de la memoria: una estimulación genuina, un alimento a su deseo de pertenencia. No obstante, esta nueva idea planteada no será con un fin colectivo, sino para crear la identidad individual del gusto y, a su vez, reificar la conexión con la sociedad alineada. Una vez más es García Echeverri quien lo explica de la siguiente manera: “El efecto que se produce sobre quien está teniendo lo que podríamos llamar una experiencia estética, es el reconocimiento de factores que son comunes a los



demás, como los sentimientos que pueden ser compartidos por otros” (2015, p. 160).

El autor deconstruye lo que Adorno sugería que es ahora una *pseudorrealidad* y con ello entramos en el terreno de convergencias ideológicas que, más adelante, darán origen al concepto de identificación como un sub producto de las comunicaciones o experiencias estéticas entre los individuos.

Para el caso de la composición musical del siglo XX (que Adorno aborda en forma extensa) se incorpora un sujeto clave en su inspiración creativa: el espectador. Y no de forma secundaria, sino que se volviendo la idea fundamental para ejercer el engaño de “demanda” del mismo.

El consumidor no puede relacionar la esquizofrenia sufrida por Schumann o el horror de quedar sordo de Beethoven, pero sí emular tragedias y goces del cotidiano; situaciones vagas que el ser colectivo vive: amor, tristeza, alegría, enojo, frustración, por mencionar algunas. Así la objetividad se pierde primeramente en una percepción de todos, para después jugar con las mismas necesidades que el consumidor se generó y que ahora el sistema de producción le ofrece como alimento.

No seamos inocentes o rigurosos, el camino dichoso que quiso seguir la música de la mano de las vanguardias no fue más que un grito desesperado por no caer en el discurso estupefaciente de la sociedad. La adquisición de eslogans, imagen y *marketing* comprueba lo que mencionó Adorno sobre la “música de moda”. El interferir con el sí mismo nunca ha sido la intención de la música de hoy o ayer, más bien busca reforzar aquello que se repite por décadas, una completa obediencia al sistema económico-ideológico contextual. Incluso caemos en la ironía de propiciar géneros musicales que van en contra de la misma industria que los mantiene y sustenta.

Para el fin de este ensayo busco explicar cómo operan los engranes cualitativos y cuantitativos del sistema de producción musical-social. No obstante, la relación de la que depende el sujeto al momento de la creación musical es ahora una simbiosis validada socialmente, por ello podemos delimitar una postura a estas nuevas formas de identidad musical. Esto significa reificar la reificación pospuesta de la

posmodernidad y la Industria Cultural, regresar a lo que teóricos como Adorno se oponían: el no actualizar la agenda musical en su estructura. García Echeverri: “Si se les llegara a quitar la posibilidad de escuchar tal música verían ellos tal acto como un ataque contra la democracia; los valores liberales y la libertad de elección que ellos como sujetos autónomos tienen” (García, 2015, p.161).

La pertenencia e identidad —que posteriormente desarrollaré— están tan ligadas al “Sí mismo” y a sus derivaciones plurales, que no verían jamás como una mejoría el acto de salvar el arte de pertenecer a la Industria. De hecho, el “Sí mismo” en su inconsciencia no interpela que se le ha adoctrinado de forma que, aunque actúe de manera consciente, no obrará contra el sistema que lo oprime y jamás rechazará los productos ideológicos que validan al sistema por su condición de proveedor.

La prominente realidad exhibida en la *Dialéctica de la Ilustración* nos sugiere que el arte ya no es apreciado por valor (uso) de valor sino por su valor (uso) de cambio. Entendamos la música como un arte cuyo significado se pierde en una nula relación de Sujeto-Objeto; al ser perteneciente a la Industria Cultural, su sublimación es mera subjetividad de las masas y a la manera en la que se pueda emplear en su pertenencia pseudoindividual del sí mismo. Ya no existe el empirismo musical, al menos no forma parte de la cultura popular o de masas a la cual Adorno se refiere en *Sobre la Música Popular*. “Sin embargo, [Adorno] pone como generalidad de las obras el que su valor resida en la puesta en escena de una idea sobre el mundo lejos de ser coaccionada por la misma realidad que está representando” (García E., 2015, p. 161).

Las vanguardias nos deslumbraron con la última *praxis* de arte antes de caer en la linealidad sistemática y utópica de un organismo que permite la crítica sólo desde sus propias vitrinas. El nuevo rumbo en el cual se integra la música cumple su función guiándose por nuevas prioridades. La creación del sujeto para entender y volver metódica su expresión le es arrebatada y, en aras de pertenecer al grupo selecto de “artistas”, vende su experimentación, exhorta a un estereotipo de cómo se encuentra la realidad frente a la mirada del consumismo y de la calidad estética estigmatizada previamente. No es más el arte el escape del ser humano a la rueda

con la cual critica su forma de girar, sino un mecanismo interminable para reforzar el concepto de "Ideal" y su imposible reconocimiento como "posible de alcanzar".

La reducción simbólica de la que el arte se valió para ser sutilmente fuerte en la crítica política, social y cultural, se reconstruye en la libertad de opinión y en la certeza de las opciones disponibles a elegir. La dureza con la cual la música significa el pensamiento y las emociones predecibles del sí mismo es ahora su nueva forma de producción.

El carácter subjetivo que la música posee en su mera interpretación de la realidad es su verdadero valor simbólico, aun superior al de la connotación musical del arte. Esta es la problemática absoluta con la cual el sujeto creador lidia, el ponderar los arreglos sociales con los cuales su experimento auditivo será escuchado. El estigma de la calidad precede incluso al propio medio y discurso, separándose definitivamente de la metodología histórica de la estética teórica.

## **El horizonte de la posibilidad**

Para hablar de automatización es necesario entender el significante resolutivo de las posibilidades. Por ello, abordaremos el escrito “Futurabilidad” de Franco Berardi, y con efectos del ensayo, trasladar su tesis sobre el campo de lo posible, a nuestra esfera de lo sonoro.

Llamo *posibilidad* a un contenido inscripto en la actual conformación del mundo (es decir, la inmanencia de posibilidades). La posibilidad no es una, siempre es plural: las posibilidades inscritas en la actual conformación del mundo no son infinitas, pero si muchas. El campo de posibilidad no es infinito, porque lo posible está limitado por las imposibilidades inscritas en el presente. Sin embargo, es plural, un jardín de senderos que se bifurcan. (Berardi, Franco, 2019, p. 11)

Delimitaremos el uso de “posibilidad a la acción de manipular con inteligencia artificial los recursos artísticos para la creación de distintas piezas musicales con la predisposición de gustos del usuario. De manera que, se planteará en este escrito la nueva realidad de la composición musical (comercial), a partir de las identidades digitales del sujeto, brindando opciones para que el usuario sea cocreador de la obra del artista, amoldándola a su ser.

La connotación a la cual el autor suspira nos emana una cadena de momentos resultadistas a ojos de la tecnología. Esto es, entiendo el horizonte de lo posible como la mera imposibilidad del infinito. Ahora bien, digamos que en nuestra relación música-inteligencia artificial encontramos el fragmento de alternativas y formas de interpretación, proyectando un método de producción coactado por los códigos de un dispositivo determinado. ¿Sería esta una forma de cuantificar la producción total de la música con base en algoritmo? La producción de piezas musicales con variaciones provistas por la inteligencia artificial nos permitirá expandir el panorama de “obra terminada” por el autor, o incluso seguirse “creando” a partir de la interacción del oyente.

Por ello, dejaremos en claro los elementos a los cuales este ensayo da nombre y significante para abordar el tema de la “posibilidad”.

- **Línea musical:** Llámese a la representación de la estructura musical en la cual se derivará el parámetro delimitado de una emoción
- **Línea emocional:** Derivada de la musical, es la representación de la emoción *per se*. Es decir, es el significante que el oyente relacionará y reafirmará como la emoción propuesta por el autor.

Llamo *potencia* a la energía subjetiva que despliega las posibilidades y las realiza. La potencia es la energía que transforma las posibilidades en realidades. (Berardi, Franco, 2019, p. 11)

En este caso la virtualización del concepto de “potencia” será acreditado por la automatización del algoritmo que resulte en la inteligencia artificial, capaz de crear con base en la decisión del oyente, las “posibilidades” de líneas musicales, de manera que adjudicamos la producción al componente artificial, o al menos la maquila de los elementos fundamentales de la composición.

Para cada línea musical se asigna una particular emoción preestablecida por el autor (artista), la cual es la realidad del contexto subjetivo y objetivo para nuestra forma de expandirlo en varias “dimensiones” para adjudicarlas a disposición del oyente, lo cual le permitirá una representación de su personalidad y ser, en una pieza musical “única”.

Ejemplo: Tendremos dos líneas musicales con dos emociones correspondientes. Sin embargo, la relación estructural de las piezas no es aislada, sino que forman parte de ésta. Así, la contraparte de tal o cual emoción también es la contraparte de tal o cual segmento musical. Aclaro, no son composiciones separadas, sino que mantienen una relación musical —reglas armónicas— entre sí. Ambas líneas armónicas suceden en un mismo espacio temporal, pero el oyente sólo puede optar por una mientras la otra no está activa. Sin embargo, no se puede decir que sean dos composiciones diferentes, solamente son opuestas, pero pueden accionar dentro de la misma temporalidad por decisión del oyente en la fragmentación.

La especulación de romper la linealidad musical para convertirla en un intercambio entre el compositor y la audiencia es permisible si se toma en cuenta la

variabilidad teórica con la personificación sonora es constituida. Esto significa que su individualidad objetiva será una relativización de su espacio de desarrollo, por lo que el oyente deja de ser un contemplador o receptor y se volverá un intervencionista de la obra.

Si la matriz del concepto de variabilidad musical lo contraponemos con la mente humana, no es más que la propia posibilidad que tiene el artista de crear “algo”, crear “otra cosa” o simplemente “no crear”. Desde la futurabilidad de la posibilidad, estas condiciones están permeables en el mismo espacio-tiempo, puesto que no ha ocurrido, y de ser así, solo una de estas es permisible como primera. Ahora bien, bajo la lógica de la “alternativa” la posibilidad muta en constantes creaciones ya establecidas por la IA, y esta, solo emula la decisión determinada para crear “algo” después de crear “otra cosa”. Sin embargo, es entendido que todo aquel “algo” existe en su algoritmo, y la “no creación” no está dentro del sistema.

Para el desarrollo de una estructura individual es fundamental agregar la composición emocional determinada. Nótese que dependiendo de la decisión del oyente o sujeto podemos modificar la línea musical y pasar de una emoción a otra sin salir del espacio-tiempo de la pieza musical, solamente al desactivar una línea específica y activar otra. Por consiguiente, la variabilidad aplicable dentro de una especie de multidimensión, se conforma de varias líneas musicales específicas que configuran una emoción, un discurso y una identidad, así es posible tener dos o más líneas emocionales y armónicas distintas pero relacionales dentro de un mismo espacio temporal sólo modificable por el oyente bajo sus propios criterios.

Ahora expando el ejemplo con más emociones para establecer un paradigma más complejo. Si para la construcción de una identidad sonora requerimos “opciones”, cada una de estas tendrá su significado y sensación particular, así como para desarrollar un personaje digital parecido a nosotros debemos escoger facciones faciales dentro de un listado determinado hasta encontrar una emulación propia, de esa manera será posible encontrar una personificación sonora que el oyente con la cual el oyente pueda sentirse parte de.

La morfogénesis es la emergencia de una forma nueva, a partir de una vibración, la oscilación entre distintos desarrollos

del cuerpo de posibilidades. La forma emergente está contenida como posibilidad, pero en el pasaje de una alternativa a su resolución, podemos insertar selecciones automatizadas. La automatización es el reemplazo de actos humanos por máquinas, como así, también la sugestión de la actividad cognitiva, cadenas lógicas y tecnológicas. (Berardi, Franco, 2019, p. 22)

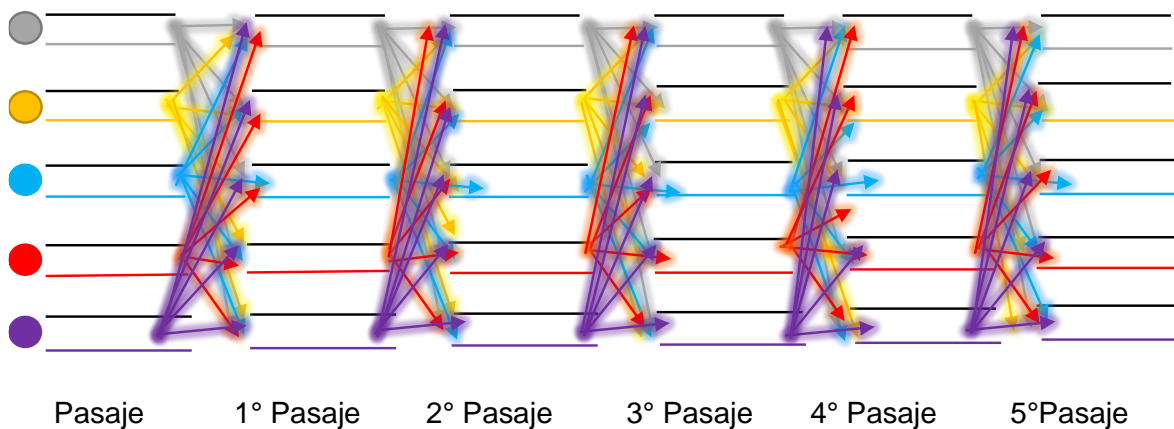
La unión entre la configuración de la inteligencia artificial y su similar humano de composición es su propia diferencia de actividades en la producción de la pieza musical. El autor crea una base con la cual la IA trabajará, para que posteriormente pueda ser rearmada por el oyente (bajo sus propios preceptos). Ahora bien, la transición entre líneas musicales o lo sintético pasa por la unión de motivos, los cuales están a cargo de la IA, en un engranaje delimitado únicamente por su eje de acción en la creación.

Asimismo, se establece que dependiendo del inicio de la pieza es posible encauzarla a las distintas variantes y pasar de línea en línea musical, por lo tanto, regresar a la previa. Sin embargo, no sólo se deben considerar las variantes dentro de la temporalidad como opción, sino también como múltiples variables de las variables estipuladas, o sea, que dentro de la misma temporalidad el “puente” entre línea y línea dentro de la pieza no solo sea uno. De esta manera existiría un número determinado de puentes de acceso entre las líneas musicales para establecer de manera matemática las variantes y de igual forma la cantidad de pasajes armónicos que desarrollarían varios resultados posibles para identidades distintas. De esta forma la variabilidad de las líneas se reiniciaría entre cada puente y cada línea dividida por los puentes.

Al finalizar la pieza pueden adquirirse seis líneas emocionales finales. Ejemplo:



Si especulamos en la construcción cinco emociones como variables en sus respectivas líneas musicales y cada puente determinado para personalizar la pieza:



- **Pasaje:** aquel punto de intercambio entre las líneas musicales variables en las que se puede estructurar un avatar personalizado entre cada punto. La unión de dos líneas musicales diferentes abarca diferentes emociones, por ejemplo: calma, tristeza, felicidad, enojo, miedo.

Aquí se encuentra el puente armónico, el cual será específico y dependerá de la emoción y la línea musical que sea la subsecuente. Los criterios de “emociones” que se pueden emplear tendrían que abordar una temática de bloque entre emociones relacionadas pero separadas por sus matices de intensidad y saturación. Sin embargo, de igual forma se complementará con la estructura dialéctica y la estructura simbólica para crear en el escucha la emoción deseada a través de la línea musical correspondiente.

Véase de esta forma que el oyente, en su capacidad de manipular las líneas a sus gustos y/o percepciones, nunca saldría de la dinámica planteada por el autor. La libertad de construcción es finita mediante las opciones disponibles. Pero esto no quiere decir que el sujeto no tenga una libertad creativa, sólo que la tendrá bajo el marco de las posibilidades. Como lo expliqué antes, es el autor quien condiciona, a partir de las herramientas tecnológicas de la artificialidad inteligente, al oyente sobre la composición de la pieza con una gama de posibilidades que el sujeto probará hasta tener un resultado aceptable.

Llamo poder a las elecciones (y exclusiones), implícitas en la estructura del presente, bajo la forma de prescripción: el poder es la selección y la imposición de una posibilidad, entre



muchas, y la simultánea exclusión abro paréntesis e invisibilidad) de muchas otras posibilidades. (Berardi, Franco, 2019, p. 12)

Es en esta circunstancia donde la industria cultural y el sentido de identidad conformado por el colectivo se hace presente. El “poder” dentro de la elección a las capacidades metanarrativas de la música desde la posibilidad, se resguarda siempre en la coacción del sentido del ser. Esto es, la influencia cultural que adquiere en cada momento de su desarrollo, por tanto, y por ende, su elección a ciertas variables de lo “posible” serán marcadas por el contexto además de la delimitación preexistente del autor con su “obra”. Aun así, con la Inteligencia Artificial desde lo autómatas de la producción, puede simplificar la rigurosidad del oyente, adhiriéndose a su base de datos, en la huella digitalidad disponible en la red.

Hablar de sonoridad variable alude a una composición musical con parámetros delimitados por el autor en la dialéctica y simbolismo, de manera que las “líneas de personalidad” denoten una explosividad de ritmo, melodía, discurso, significado. Con ello se espera que el oyente pueda o intente reducir su ser individual adecuándolo a una de las “personalidades” musicales que el autor prevé en su cálculo inicial. Posteriormente, las piezas musicales resultantes pueden ampliarse no sólo a sí mismas, sino a otras piezas musicales del oyente, o de otros oyentes. Esto implicaría no relacionar únicamente las líneas musicales dentro de la estructura de la canción con sus respectivas personalidades, también crear sociedad con otras líneas musicales de otra pieza independiente, un contraste de identidades sonoras.

El siguiente paso lógico de la industria cultural y su interés en el consumo progresivo de la sociedad se pone en rumbo al incluir a las inteligencias artificiales en la producción artística. En este caso, la variable en la que el sujeto decida hacia donde llevar o significar su propia melodía, está ya desglosado en los códigos que usara para simplificar su idea. Las identidades musicales aplicadas en este escrito son a modo de entender el funcionamiento de la matriz tecnológica que tendrá lugar en la inteligencia artificial. Empero, la apropiación musical del autor no se ve perjudicada, sino amplificada, ya que los propios límites creativos que tendrá el oyente, los encasilla el compositor, y este a su vez, delimitado a las propias herramientas tecnológicas que se lo permitan.

La futurabilidad es una capa de posibilidades que pueden evolucionar o no para convertirse en realidades. (Berardi, Franco, 2019, p. 13)

Dentro del paradigma de lo “configurable” el campo de juego de las piezas musicales variables, establece que habrá un número de canciones que no lleguen a la resolución, por mera estadística dentro del gusto u opciones mejores (depende del oyente) que emulen mejor su sentido de sí mismo. Reiteremos que no estamos construyendo al ser a partir de la sonoridad, ni reificarlo a un nuevo concepto digital, solamente abstrayendo parte de sí en una de tantas opciones de identidad virtual puesta en el mercado cultural.

Así mismo, los parámetros musicales han avanzado a través del tiempo, y ha podido absorber en su importancia al propio público. Es más, incluso podemos inferir que estaremos en una transición cultural que lleve a las masas a la reificación del arte (en la industria cultural y el consumo). La música, en este caso, recaerá primero en el sujeto oyente, en su composición hasta su reproducción.

Para que una posibilidad pase de la virtualidad a la realidad, es preciso que encarne en un sujeto, y que ese sujeto tenga potencia. ¿Como encarna una posibilidad en un sujeto? ¿Cómo puede tener potencia un sujeto? Una posibilidad se encarna en un sujeto cuando el magma de posibilidad encuentra una concatenación que transforma ese magma en una subjetividad intencional. (Berardi, Franco, 2019, p. 13)

Si bien la intención del sujeto se relaciona a su predecible forma de interactuar con el espectro de la cultura, aun así, podemos inferir que para esta nueva gama de “posibilidades” musicales, hace falta la herramienta adecuada. Ahora bien, la inteligencia artificial bien puede ser la pieza clave para que el sujeto detone en sí mismo, el “poder” de su elección. Las variables musicales son determinaciones existentes desde el autor y descompuestas y armadas nuevamente por un algoritmo sintético. Sin embargo, no hay una inclinación natural hacia la elección, puesto que el acondicionamiento es preordenado bajo el contexto del oyente. Empero, la “posibilidad” de la propia “potencia” emana en una simplicidad del “poder” en la elección de esta. No hay interacción errónea o vacía en la narrativa del sujeto y la

IA, solo una categorización del propio oyente en su identidad digital que lo precede. La falta de algoritmo no será un problema, sino la consecuencia a la automatización de su resultado.

## *Ideología e identidad hacia lo virtual*

### **Identidad**

La identidad, que siempre alude a una subjetividad, solo se funda en el espacio de lo social, es decir, en lo intersubjetivo [...]. A partir de entonces se desarrolló la premisa de que los discursos sociales constituyen identidad a través de la interpretación de los sujetos. (Ramírez, 2006, pp. 247, 248)

La individualidad se nos muestra construida propiamente bajo los discursos sociales, de manera que la autopercepción se construye a través de los intercambios culturales dentro de una comunidad. Si a raíz de nuestro desarrollo de las distintas etapas de la vida adquirimos un cierto comportamiento mutable frente a las circunstancias adversas en las que nos podemos encontrar, la esencia del sujeto se reduce a discursos particulares denominados “personalidad”. Sin embargo, sin omitir que las identidades son referencias de nuestro contexto, el sujeto toma la decisión de incorporarse a cierto sector con el cual se siente más acorde, y éste, en busca de racionalizar su sentido de pertenencia, afianza su postura con aquella identidad discursiva conveniente. Ramírez Paredes lo explica de la siguiente manera: “La identidad está íntimamente relacionada con la autoridad. El yo es la estructura resultante de mente y cuerpo, la nosotridad (Sic) parte de un sentido de pertenencia. La identidad define y caracteriza un modo de ser” (2006, p. 248).

La sintaxis para poder eludir la noción de independencia en la identidad es compleja. El ser se forma dotado de los caracteres adecuados para subsistir y, en un sentido específico, opta por constituir su esencia con algo más que una identidad generada a partir de la sociedad en la que se desarrolla.

Si quitamos la consciencia del comportamiento colectivo, encontramos que la determinación del sujeto por ser lo que desea ser es su propia fuerza de autoridad que lo legitima en todo momento. Pero no lo salva del esfuerzo que conlleva el convencimiento de apropiación. Una lucha de pertenecer a lo que se pretende pertenecer parece irónica en relación de pertenecer a lo que se es de manera intrínseca, pues “la identidad se constituye desde los componentes fundamentales del Yo: una conciencia, una percepción y una práctica” (Ramírez, 2006, p. 248).

A partir de esta premisa tenemos la parte consciente del sí mismo, que bajo preceptos únicos puede definir sus gustos como tales en función de que éstos reflejen la distancia del yo y el mundo. Además, la percepción de cómo ese yo y el mundo tienen, pueden y conllevan una relación de intercambio infinita. Por el contrario, la práctica refuerza y materializa la abstracción de la idea de “identidad” o, al menos es más visible, pero no radica en ella un empirismo. Por lo tanto, las prácticas se consideran construcciones determinadas para la cohesión social y la diferenciación: “Todo modo de ser está constituido por ciertas prácticas fundamentales que devienen en orientaciones específicas para la realización de las demás prácticas. Estas prácticas básicas constitutivas de la identidad son: querer, saber, expresar, creer, pensar, sentir...” (Ramírez, 2006, p. 249).

Para relacionar esto con la música funcionan los mismos conceptos, de hecho, se amoldan de manera más concisa menos superflua al ser. Así, la dialéctica y la composición musical son ejes principales —mas no únicos— de la respuesta de la música a las prácticas identitarias.

Aun cuando es optimista inferir que la individualidad es más indulgente para su comprobación que el “ser” colectivo, me encuentro en la obligación de aclarar que es indispensable relacionar la pérdida de esencia en el ser de Horkheimer y la razón subjetiva de Hegel. Me refiero, claramente, a que la sociedad tiene un impacto mayor en el sujeto aislado en su generalidad que de manera contraria.

Puedo partir de la premisa de que entre el hecho del yo y el mundo existe una amplia discusión sobre si la industria cultural o la sociedad condicionan al colectivo en mayor medida que al sujeto aislado, o si éste es lo suficientemente mutable para

que, en su inconsciencia predecible, modifique su accionar y el del colectivo, que apele a la mimética y no a la identidad.

El sentido de pertenencia esta inseparablemente ligado al grado de compromiso. Es decir, la intensidad del efecto de interpelación discursiva en un sujeto que determina su adherencia a una colectividad que lo identifica como parte de ella. (Ramírez, 2006, p. 250)

El raciocino empleado por el individuo en su subjetividad por la identidad genera rasgos característicos. Aunque la alusión de formar parte de una colectividad llena los huecos necesarios en la autorrealización humana, no se deslinda de su principal objetivo —y, por lo tanto, el de la industria cultural— sea meramente materializar al sujeto en su capacidad neta de adecuarse al cambio. Esto es formar parte de la permisividad de adaptación al mercado y consumir aquello que le genera estabilidad y sentido de sí. La industria cultural en la música genera al oyente una necesidad de conformar un rito más allá de la propia “escucha y la crítica”, en cambio, la realidad por la cual se hará acreedor del paradigma ilusorio de identidad estará en relación con su estado de “verse” como su propia ideología. No obstante, cabe aclarar que el sí mismo no es consciente del paradigma, de hecho, su razón objetiva alude a la estricta relación de un género musical y de cómo debe tener cierto comportamiento o desarrollo social. La subjetividad se vuelve objetiva cuando de manera inconsciente se legitima a sí misma como verdad: “Finalmente, la constitución de identidad de un sujeto a través del discurso ocurre en la medida en que se otorga un significado simbólico al conjunto de prácticas colectivas que se establecen” (Ramírez, 2006, p. 250).

El rito, la significación consecuente de adoptar la praxis del colectivo, será lo que realmente afirme y valide al sujeto como un todo y dentro del colectivo. El discurso manejado como verdad, en un sentido inseparable de la praxis, funge como catalizador en el sí mismo. Los simbolismos dotados de significantes —intercambiables a través del tiempo— generan el recurso necesario para un

consumo retribuido donde el “significado” empírico queda reducido a su concepción subjetiva contextual y la hace “más verdadera” que la verdad. Lo anterior significa que el comportamiento y las prácticas recurrentes aludidas a un género o estilo musical estarán justificadas en el “¿cómo?” y no en el “¿por qué?”. La fundamentación de la industria cultural, en sus ramificaciones musicales, tiene como objetivo establecer agenda para cada colectivo dotante de significantes para cada ritual de pertenencia, además de atribuir al sí mismo la razón del consumo en su variable de compromiso establecido por el dogma.

Para la atribución de la identidad en la sonoridad variable, la consideración teórica filosófica de la relación entre significante-significado será incorporada a medida que el discurso musical-simbólico dota al sujeto de signos conectables con una identidad construida y una ideología en constante adecuación. Éste, en aras de continuar su evolución dentro de su propia permanencia, se legitimará en su praxis, haciendo de su individualidad parte del simbolismo que buscará representar.

La música se relaciona con las identidades colectivas de dos formas. Una es la que la convierte en un aspecto accesorio de una identidad colectiva. La música expresa una identidad colectiva, es parte del reflejo de esa identidad en los terrenos artístico y cultural. Desde esta perspectiva la música es una expresión de una etnia, de una clase social, de un pueblo, una nación, una cultura, etcétera. (Ramírez. 2006, p. 251)

La historia y la experiencia convierten a la música en pasaje instrumental de “mito” y “rito”. La música (del consumo de la industria cultural) se amolda a las características de una comunidad determinada, forjada por sí misma y con una clara evolución que depende de sus integrantes. Sin embargo, la música únicamente puede ejemplificar los modos de vivir de la sociedad, quizá éstos sean delimitados por las características contextuales que generan no sólo una representación de su “presente”, sino un anhelo de “posibilidad distinta” idealizada por el dogma identitario que los caracteriza.

[...] se refleja en una imagen, un consumo de tiempo y dinero en la escucha de tal música, una expresión propia (el habla, el baile), una actitud ante las cosas, una forma de socializarse,

una definición de sí, una construcción permanente de espacios de socialización, un grupo de afines, ciertos códigos comunes y un sentido de pertenencia. Todo ello es posible por la música es una experiencia subjetiva que genera sentidos y, por lo tanto, identidades. A estas identidades las llamo identidades sociomusicales. (Ramírez, 2006, p. 251)

Bajo la construcción concreta de las “identidades sociomusicales” podremos encontrar las características que categorizan que los propios sujetos toman parte de su autodenominación, autopercepción e interacción con las distintas identidades en general. De manera que, aludiendo al número de asistencia de un concierto, al consumo de la música, de sus productos adyacentes, la gesticulación o ademán característico, dialéctica, vestimenta, incluso la edad, podremos establecer los parámetros pertinentes para que se pueda nutrir a la inteligencia artificial que podrá efectuar, junto con el oyente la personificación sonora. Esto finalizaría en una construcción del sujeto tan precisa que el propio oyente no buscaría identificarse, ya que ésta se amoldará a él, y éste, en respuesta, la hará suya.

La música se arraiga al individuo al satisfacer su necesidad de pseudorrealidad aspiracional o “representación”, entendida esta como el mecanismo sígnico que lo refiere ante las condiciones contextuales o que el colectivo le incita a creer que necesita. Por lo tanto, difiero sobre la ruptura de sujeto-objeto en su “gusto”, de hecho, se valida con el paso del tiempo, ya que en el consumo se encuentra la apropiación de sentido musical más allá de la propia experiencia musical en sí.

La permutabilidad de las relaciones personales con el todo separa, en gran medida, la autoconciencia y la deconstrucción del sí mismo. Pero no implica que el sujeto u oyente carezca de una concepción propia sobre su destino en cuestión de apropiaciones; sin embargo, no las fundamenta en principio por sí mismo, sino para sí por medio de la sociedad.

## Ideología

*La música como ideología está orientada a unos futuros oyentes cuyas reacciones ya deben estar presupuestas.*

García E., 2015, p.163

Las identidades basan su construcción teórica en la sociedad, inducidas por un estímulo determinado, pero no es poco realista considerar su instauración subjetiva. Las herramientas estéticas brindadas no son aleatorias *per se*, son en todo caso respuestas semejantes a un patrón de consumo y percepción general de la realidad. Así lo explica Max Horkheimer: “La individualidad supone el sacrificio voluntario de la satisfacción inmediata en aras de la seguridad, de la preservación material y espiritual de la propia existencia” (1969, p. 119).

Pensar en la posibilidad de que la industria cultural y el consumo pueda adoptar esta herramienta fuera de un prototipo, sino como un elemento tecnológico al alcance de cualquiera, puede brindar una escala superior de individualidad del sujeto, escapando del limitante sentido de producción en masa y para la colectividad a razón del “gusto”.

Sería una falacia asumir que la producción y reproducción son relacionables intrínsecamente a la inclinación “degustativa” de una audiencia. En realidad, la producción deviene del comportamiento intuitivo condicionado por los distintos medios masivos y su figurativismo en el consumo. Esto es la base sólida de data que crea a un oyente para su posterior adecuación a un género, estilo, acorde o praxis determinada.

El consumidor musical es aquel que tiene con la música una relación espontánea. Su escucha está mediada por el haber recolectado la mayor cantidad de información que le sea posible sobre los intérpretes, la historia detrás de él, pero no tiene idea de cómo se estructuran las composiciones. Es una escucha fragmentada. (García. 2015, p. 164)



La posibilidad de pensar en personificaciones sonoras construidas a partir de los gustos captados por la información digital, nos arroja un nuevo paradigma: música capaz de ser creada del autor al oyente, y este a sí mismo, sin un conocimiento musical previo. Algo análogo a la imagen que es personalizada y personaliza reconfigurando al sujeto en contextos de intercambio virtual. De este modo, la construcción de cada pieza musical pretende no ser una escucha fragmentada, sino todo lo contrario. Definamos que el inconsciente del sujeto va a poder crear un producto sonoro delimitado bajo vastas opciones elegibles.

La raíz para la realización de las piezas musicales partirá desde la data del usuario puesta en redes sociales, y a partir de referencia de algoritmos como el de “quizá te guste” de Spotify, se podrá generar opciones para que el oyente construya. Brindar bloques al sujeto para que forme una obra (condicionado claro a la cantidad de bloques preexistentes). Las emociones y emulaciones existentes en la relación música-sociedad serán las distintas puertas para identificarse con el sujeto, llámese felicidad, tristeza, enojo, amor, etcétera. La producción tendrá una sintética adaptación a los diferentes tipos de oyente, y éstos, buscando una relación mimética, se apropiarán de la música particular como suya aunque esté predispuesta para el todo social.

Pero “contrario a este tipo de escucha está el experto, al que no se le escapa parte alguna” (García, 2015, p. 164). Coloquemos al productor/compositor dentro de la data a recabar, ya que su percepción sobre la dogmática que lo rige podrá validar el sentido filosófico impuesto por las canciones mutables y adaptables para el sujeto. El poder de darle al consumidor un producto que en sí mismo está la satisfacción fuera de construcción impuesta directamente, desecha banalidad alguna y estipula una atención distinta.

Mas no hay que caer en aseveraciones descuidadas. En realidad el obstáculo de todo mercado en la fase posterior de la producción es la reproducción. Para ello es importante marcar la legitimación de la relación musical con el sujeto al que se hará participe. Entiéndase este último tipo de escucha desde la teórica analítica de Adorno, quien habla del escucha estructural: “Este oyente es capaz de asumir una postura individual frente a una composición, pues los distintos elementos de un todo

los puede relacionar por medio de una lógica-sentido que le permite llegar a una comprensión de lo escuchado” (García, 2015, p. 164). Dicha comprensión, al ser relacional, implica sí producción, pero además una cadena de reproducciones tanto sucesivas como posteriores que permitan la asimilación del texto musical. EG: la escucha de una pieza de Schönberg demandará una serie de reproducciones previas que permitan la construcción e un proceso de comprensión así como la asimilación e la obra en cuestión a partir de repeticiones.

Quiero aclarar que pretendo deconstruir lo entendido por los autores en relación con el modelo idealista del escucha analítico. Más bien, la objetivación de este será la síntesis mecanizada para su internalización en el mundo del propio sujeto. Con esto me refiero a la capacidad nata que le brindará al oyente —por medio de limitación opcional— un análisis meramente estructural, ya que se le encaminará a esa revelación. Si bien entendemos que el inferir un raciocinio derivado de lo subjetivo es, precisamente, subjetivo, no abarca el sentido de materializar artificialmente las sensaciones producidas e incluso la postura propia frente a la composición musical etérea.

Inconscientemente el individuo desea reprimir sus gustos individuales y adaptar sus sentimientos al conjunto. En tanto que el yo del sujeto ha sido rebajado, en términos freudianos su narcisismo primitivo ha sido aplacado por un ideal, la individualidad se configura de acuerdo con las ideas que vienen del exterior y no de manera contraria. (García, 2015, p. 165)

La individualidad está formada por la universalidad del ser. Esto, al menos, en el aspecto de la entrega del arte a ponderarse como bien cultural para la industria que lo rebaja y lo enaltece. Con la forma de percepción del sí mismo y la inherente esclavitud de las mayorías, podemos adecuar esa conclusión y otorgar herramientas para crear una personificación sonora de la que el sujeto puede disponer. La realidad del producto resultante se resume en la identidad establecida mediante la estructura dominante en un contexto social, la libertad debe ser tal para sublimarse como “propia” y no caiga en la cosificación del común estadístico. Por ello, la posibilidad de tener “opciones” brindan una forma de identidad fuera del

universalismo objetivo de la realidad. Y es ese el punto en el cual las identidades musicales construidas por el oyente, le brindará una sinergia artística propia, a partir de las obras traídas del artista, el oyente fungirá como parte de la obra, herramienta y receptor. En función del sistema, su prescripción simbólica es sujeta a su consumo y a su necesidad humana de mimética o emulación.

Los ideales relativizados y en su constante reproducción que dogmatizan al individuo en su colectividad al eterno escape de la realidad, esta que no es lo que fue y no será lo que la industria cultural nos presente. Puesto que funge como distractor social, su esencia radica en el constante placebo de la mente coartada de estímulos genuinos. Se ha agotado la forma de vender realidad, y aun así se consume.

Para cumplir con su papel, se necesita que la música sea distribuida por medios altamente racionalizados... Estos medios tienen la capacidad de generar en el oyente la ilusión de que los sentimientos generados sean distintos a los de la vida cotidiana. (García, 2015, p. 166)

La reproducción emerge de la cosificación de los medios, éstos no son más racionalizados, quizá nunca lo fueron. En función del mercado y de su constante adaptabilidad a la normativa de lo "inmediato", el arte musical se ha visto sacrificado incluso en su calidad. No es más una pieza musical o su estructura orquestal lo importante, sino el medio por donde se escucha y el impacto que tiene. Los sentimientos generados por las ondas sonoras y el discurso mediático de una pieza musical son y serán artificiales, ya que es necesario brindar una realidad previa al oyente para empezar así su construcción personalizada. Sin embargo, será una realidad la materialidad sintética de las sensaciones que no sólo estimularán las emociones como efectos en el sujeto, sino que el oyente creará desde su entendimiento, con ayuda de la tecnología formará parte de la composición junto al autor.

Debido a las múltiples opciones de piezas musicales que se pueden, el oyente sentirá en sí mismo la capacidad de manipular su propia satisfacción, obtenida de la abstracción colectiva, pero siempre sujeto a lo que permita la construcción misma

de la pieza. Una emancipación pseudolograda más real que la propia realidad de consumo.

El lenguaje de la música, a saber, la forma en que ella nos es comunicada para poderla entender tiene como función forzar al individuo a estar en la masa, para indicarle que él no está solo, sino que las experiencias tuyas son también compartidas. (García, 2015, p. 167)

La industria cultural enfocó de mejor manera la recepción de sus obras cuando dejó de entender a la audiencia. Ella misma delimita las sensaciones posibles en los receptores y las características propias identificables sin salirse de la generalidad. Horkheimer hace una reflexión sobre las experiencias y los estímulos en *La Crítica de la Razón Instrumental* como propios del raciocino y de la construcción del sí mismo en la histórica humana. Por lo tanto, las emociones que pueden ser emuladas por el sí mismo se vuelven completamente funcionales a la situación social, a las experiencias dadas en la humanidad y posibles repeticiones o abstracciones ideales para el ser.

La música (de la industria cultural del consumo) dejó de reflejar lo que el autor sintiese *per se*, en cambio, hizo de sí la racionalización subjetiva de las emociones y las volvió propias de la objetividad colectiva. Sensaciones que el autor, así como la masa, pueden compartir y en esencia consumir al sentirse partes del sujeto-objeto. García Echeverri explica que: "Tener la misma experiencia musical es el consuelo de que nuestra individualidad ya se ha perdido" (2015, p. 167).

Aunque para los fines comerciales y de mercado el arte se haya vuelto parte fundamental de la propia validación y crítica del sistema, no deja de ser lo que fue. La sutileza de las experiencias ante la belleza estereotipada y mutable con el paso del tiempo permite en la reificación un sinfín de significantes coherentes con la filosofía cultural determinada por situaciones históricas. Sin embargo, no se pretende abordar que la personificación sonora a través de la tecnología inteligente sustituya la esencia de los bienes culturales establecidos, sino establecer una alternativa con una autenticidad que otorgue al artista nuevos enlaces de

comunicación con su público, y éste a su vez pueda retroalimentarlo creando algo nuevo a partir de la obra otorgada.

No pretendo involucrar la ontología filosófica o positivista del ser mediante la praxis musical, o más osado aun, asegurar la relación involuntaria entre las mismas. En realidad, la nueva forma de producción musical podría establecer al oyente como configurador del mensaje, reificando su cualidad de consumidor consciente — aunque éste sólo lo sea conforme al discurso— y pueda hacer uso de su individualidad, separado del gusto del inconsciente colectivo.

Al establecer varios planos de composición relacionados entre sí y distinguidos por factores que de manera ideológica condicionarán las emociones del sujeto, las relaciones con el contexto social no sólo existirán dentro de la canción, sino en los múltiples mensajes que el escucha pueda determinar. Hará uso de la ideología para formar su propia realidad en una ideología que le parezca nueva. De esta forma, se independiza del colectivo general e integra un sector selectivo más equiparable con sus percepciones: la realidad de la individualidad subjetiva racionalizada como objetiva y positiva.

Cada emoción históricamente utilizada por la música en su éxito comercial y de identidad está relacionada con la experiencia personal y “posible” del ser. El dolor como ejemplo mundano puede atribuirse no sólo a una construcción histórica, sino a la propia sensación de incomodidad física o emocional. Bajo estas reglas, la integración se hace presente al entender emociones concretas y a la dependencia del ser humano de relacionarse a sí mismo con otros. La sociedad y la cultura de masas retira la abstracción del fundamento, lo vuelve racional.

Para la especulación de identidades sonoras la reificación puede manifestarse en más de una situación específica. Esta puede ser llevada al borde de los propios sentidos de pertenencia de cada oyente, conforme a un algoritmo de consumo, o de su estado emocional a partir de un historial de uso, y tipo de consumo en plataformas digitales, así podríamos incluir a los medios de streaming musical, que recomiendan nuevas canciones o géneros al usuario, directamente relacionado a su rutina. La relación de corrientes determinadas del mercado moldea la influencia musical, hace de esta no sólo una experiencia auditiva o colectiva de sensaciones

similares, sino también una identidad en la cual la abstracción de ideas se materializa en símbolos, representaciones de verdad o de su similitud con el lenguaje mismo de la praxis musical. García Echeverri elabora: “La realidad material fue desplazada por la realidad ideal. La reflexión sobre la historia de un momento particular no podía darse si tal momento no se inscribía en un contexto mucho más abarcador, el de la razón” (2015, p.170). Y para la razón, lo medible, modelizable, caracterizable es lo que habilita la comprensión.

El reemplazo significativo de la materialidad de consumo fue licuado de sentido hasta carecer de un símbolo común y se enaltecía a la figura virtual de significados por medio de la instauración la pertenencia del sujeto a códigos entendibles en un nuevo contexto variable de otra realidad, mejor comprendida y suscrita a las necesidades inconscientes del colectivo. Por ello pensar en la posibilidad variable de identidades codificables en un espectro sonoro correspondería a una evolución en la percepción y lenguaje semiótico directamente relacionado con la praxis musical y discursiva que se vuelven ejes del sujeto para consigo mismo, limitan y excluyen la participación social de su experiencia con las piezas musicales.

Si bien el mercado se instauró segmentando las ideas en mercancías y en su habilidad para emparejarlas con las artes, la realidad nos evoca el pensamiento como subjetivación puesta en construcción materializada y consumible. La razón forma parte del modelo que buscaba separar el mundo subjetivo del objetivo, pero lo que prometía una emancipación del individuo se relegó a éste y normalizó su pensamiento subconsciente —establecido por las masas— como la forma objetiva de la verdad y la realidad.

El identidad sonora a partir de la personalización de canciones se libera de un sistema dogmático de ideas, así que su variabilidad visible considerará amplios sectores mercadológicos idolatrados por el mismo ser. Esto es un parámetro enfocado tanto a la música como a la dialéctica e ideología que tendrá la misma en aras de adaptarse al consumidor.

El problema con ello es entonces que las ideas que se forma  
el hombre sobre su realidad terminan haciendo abstracción

del mundo del cual son resultado. El sujeto se representa su realidad a partir de las mistificaciones, de un estado de cosas que se ve como invariable y que él admite como tal. (García E., 2015, p. 170)

La negación a los preceptos de Adorno y Horkheimer en *La Dialéctica de la Ilustración* y *La Crítica de la Razón Instrumental* sería una contradicción al argumento de este ensayo. Sin embargo, su implementación y validación tendrán que estar denominados por los medios claros a su racionalización. No significaremos la realidad musical *per se*, pero sí se emulará la verdad social y se brindarán alternativas dentro de la objetivación de ésta.

## Capítulo II

### *Estructura dialéctica*

Comienzo este capítulo citando a García Echeverri cuando escribió:

Las ideas que se forma el hombre sobre su realidad terminan haciendo abstracción del mundo del cual son resultado. El sujeto se representa su realidad a partir de las mistificaciones, de un estado de cosas que se ve como invariable y que él admite como tal (García E., 2015, p. 170)

Sustrayendo la problemática planteada por el autor es importante definir y emular la relación que tiene el discurso sobre la verdad. Véase como un factor clave a la hora de construir y nombrar un medio de producción de bienes culturales si se considera la postura de “abstracción” clásica por la cual el mundo pasa a ser objeto y sujeto para sí mismo. Lo importante no sería focalizar esa representación de verdad en la música sino construir la verdad bajo una realidad mutante. Para esto se perpetuarán los distintos caminos de la verdad y su relación con la realidad que, dicho sea de paso, su dependencia se vuelve intransigente mediante el método determinado.

La negatividad esta manifiesta en el proceso mismo de la realidad, de modo que nada de lo que existe es verdadero en la forma en que se nos presenta. Cada cosa tiene que desenvolver nuevas condiciones y formas para poder cumplir sus potencialidades. (Marcuse, 1974, p. 125)

El autor resume la principal idea de Hegel sobre la negatividad: la clara deconstrucción del objeto por parte del sujeto, niega así todo lo que es y todo lo que no es para encontrar su ser verdadero, su esencia. Si bien no abordaré la *Fenomenología del Espíritu* de Hegel o *Razón y revolución* de Marcuse, es evidente la relación por la cual la verdad se vuelve nula sobre un objeto aislado de sí mismo. En cambio, la filosofía tradicional de Kant sobre la esencia del objeto en su existencia inamovible puede ser plausible para colocar mi postura.

Para el desarrollo de las piezas musicales personalizadas, en cuestión de “discurso” se vuelve necesaria su apropiación de la “verdad”. Las interacciones previstas en el intercambio de líneas musicales engloban más allá de la capacidad



musical, también abarcan la lírica estipulada y su lógica construida: “La forma literaria no era un principio ordenador subjetivo, atemporal y abstracto, sino que era en sí mismo contenido, un reflejo de las condiciones históricas objetivas” (Buck-Morss, 1981, p. 103). Retomamos el camino sobre el propio contenido inmerso en los bienes culturales y, en este caso, la música puede reflejar aquellas condiciones atemporales del hoy. Sin embargo, la conceptualización de tomar aquello como verdad negativa aún es precoz, ya que, según Adorno, la importancia de la segunda naturaleza es la reificación de esta.

La segunda naturaleza es un concepto cognitivo que muestra el estado de conciencia en un mundo enajenado. De este modo, la pregunta por la historia natural es la necesidad que ve Adorno de conocer el mundo cosificado. (García, 2015, p. 171)

La significación de un mundo subjetivado por el sujeto se vuelve una “verdad” más real que la real —en términos de su esencia—. Pero, filosóficamente, se acerca a la negatividad plena del uso de sus potencialidades. Por lo tanto, si buscamos construir la pieza musical relatando la visión del mundo en su pesar, nos veremos obligados a inducir el fenómeno del consumo en aras de alcanzar la reproductibilidad. No es el rechazo de la negatividad hegeliana a la hora de establecer un dogma mediante la música, sino una aclaración importante de la situación inmersa en los medios de producción de la Industria Cultural.

Sobre el planteamiento de la “reificación” que Adorno aborda, debemos mirar la producción artística en una eterna forma interpretativa de la temporalidad histórica. A su vez, entender que la identidad apropiada del sujeto en la música es meramente un concepto del “aquí y ahora”. El propósito de variabilidad musical que presenta esta identidad sonora es precisamente inculcar en el sujeto una decisión propia sobre su esencia estética. Sin embargo, recordemos que de igual forma será un doble discurso que, mientras se independiza de los paradigmas sociales de “gustos”, podría pertenecer al colectivo individual esquematizado por el propio autor de la obra. El sujeto tendrá control sobre su propia emancipación cultural: “Como todo proceso histórico está determinado por las actividades intelectuales del ser humano en relación con las condiciones materiales, la praxis dialéctica está dada

entonces por la capacidad, digamos del artista, de crear a partir del material presente” (García, 2015, p.174). Aclaro, entonces, que la praxis dialéctica ejemplificada por los autores será llevada a cabo por la generación de variables para la identidad de las piezas musicales personalizadas. Al igual que la estructura utilizada para los formas de identidad visual (como en las redes sociales), brinda una gama de opciones para que el usuario se sienta ejemplificado en la red, la propuesta de la personificación musical da el lujo de combinar y crear un elemento nuevo, personalizar el Yo en música. Lo anterior no significa que su concepto de capacidad esté relacionado por el material del presente, puesto que no sería nada innovador. Sin embargo, es precisamente en las condiciones materiales en las cuales su evolución o mutación retribuirá una constante creación musical diferente optativamente por su situación de reproducción. Entiéndase que la producción estará limitada a las líneas variables, pero que, en cada una de ellas, la estructura de su composición no alude al conservadurismo histórico de Lucaks en *Teoría de la Novela*, ni a la visión ahistórica de Adorno en *La situación social de la Música*.

Entonces, si la realidad de múltiples identidades es extenderse al sujeto mediante una alternativa musical, los medios mediante los cuales se le presentará ésta serán meramente propiedad del autor. Así, la capacidad del sujeto de hacer de la música una variabilidad infinita en su elección, no se obstaculizará la razón de bombardeo cultural del propio autor. La mera referencia en la producción dará pie a una reproducción innata e incluso expedida por el propio individuo fuera de su individualidad pura.

No abordaré ahora tema del contexto *per se* del sujeto. Sin embargo, Sí desglosaré cómo la dialéctica erradicará esta proposición adorniana sobre la musicalidad sumergida autoritariamente en los paradigmas socioeconómicos del sujeto-colectivo.

Espejar sobre las variantes musicales abarcará en sus piezas la objetivación de la abstracción del sujeto y su visión “real” del mundo en el que se encuentra. Por lo tanto, la lírica y la propia dinámica no tendrán en sus tildes un acercamiento a tal o cual grado social dentro de la comunidad posmoderna. Es más, la adecuación globalista del mercado, propia de la industria cultural, nos regala la directriz de

asociar todo contenido consumible con diferentes métodos cuantitativos y cualitativos en un marco social finito. Véase como una estructura que apropiará la “realidad” del ahora y la hará racional objetiva, produciéndola de manera que al vendérsela al sujeto, éste la haga identidad y reafirme la “realidad” exterior, pero sin la autoconsciencia del proceso previo.

El planteamiento de Adorno es que las emociones del ser humano, en este caso el gusto musical, son moldeadas por un aparato de reproducción que inconscientemente aceptan las sociedades. No se habla ya aquí del individuo, sino de una masa que adquiere unos gustos musicales específicos.  
(García, 2015, p. 175)

Si bien los planteamientos de Adorno son veraces sobre como la sociedad se adecua en la inconciencia sobre sus “gustos” individuales, lo que busca la variabilidad sonora es precisamente lo contrario. Al menos en una primeridad, los gustos se harán para el sujeto individual y no para un colectivo. El sujeto recuperará una dialéctica de decisiones de consumo, a partir de su identidad y personalidad, para así adaptar al mercado de la industria cultural en si mismo.

No obstante, los gustos musicales, o como anteriormente se mencionaron, las identidades “sociomusicales”, serán precisamente una libertad en la estructura de las líneas musicales. Esto significa que se podrán introducir distintos géneros en la variable de la línea musical, de manera que se construirá una identidad con el medio de reproducción y con la variable sonora, más allá que con la música.

Si para la construcción de realidad las variables dentro de las líneas musicales son mediadas por las emociones, estaremos estigmatizando las características de un “mundo” o “circunstancia” a un simbolismo emotivo determinado, además, el sujeto también lo hará, de forma que relacionará situaciones y las emulará con las emociones predeterminadas, quitándole su sentido empático intrínseco y dotándolo de “información” externa.

García Echeverri escribe que: “No importa qué tipo de escucha piense el sujeto que está teniendo; ello no disminuye las diferencias sino más bien concuerda con el que todos puedan reconocer y silbar el final de la Oda a la alegría” (2015, p. 176). Observo el ejemplo del autor en lo siguiente: puesto que la musicalidad crea

contrastes entre el sujeto por su estado contextual y argumentativo para cada sociedad, también juega con el todo colectivo y brinda un “placebo” recurrente y de referencia sutil. La estructura de la pieza no se va a forzar en la atención completa del oyente, sino que le brinda pistas auditivas para que lo que pueda reconocer y reproducir para sí y para los demás sea lo fundamental que suscite una conexión con la pieza, una mimesis de la mejor atención del oyente con la mejor realización de la parte de la pieza musical.

Sin embargo, aquí es donde se piensa expandir los horizontes clásicos del discurso en la pieza. Las líneas musicales y sus variables tendrán eso que anteriormente se buscaba en una parte de la pieza: la función de la atención inconsciente del oyente en cada fragmento estimulante para él. Para esto la transigencia de la línea musical también es lírica. Entonces, el juicio especulativo de Hegel se vuelve trascendental.

El juicio especulativo no tiene un sujeto pasivo y estable. El sujeto es activo y se desarrolla a sí mismo en sus predicados. Los predicados son distintas formas de la existencia del sujeto. O, para decirlo de otra manera, lo que sucede es que el sujeto se derrumba y se convierte en predicado. (Marcuse, 1974, p. 104)

Al decir que los predicados se vuelven distintas formas del sujeto también implica que se vuelven sujetos de otros predicados posteriores, y es en donde las líneas musicales-discursivas contemplan su variable con otra. Esto supone que la lírica será delimitada a sí misma mediante la inteligencia artificial, para configurar distintas frases, versos (relacionados con la música) de manera que el oyente pueda componer a partir de una serie de literatura digital en producción constante.

No hay realidad distinta o encima de lo finito; si las cosas finitas han de encontrar su verdadero ser tiene que encontrarlo a través de su vida finita y solo a través de ella. Por lo tanto, Hegel llama a su concepto de infinitud -negación misma de ese más allá que en sí mismo es negativo.“ (Marcuse, 2015, p. 140)

Entiéndase la línea musical-discursiva-emocional como su finitud de significado propio, ajeno de la pieza terminada. De esa forma es una particularidad con alegoría propia que no se interpone con las demás líneas, aun cuando se hace la transigencia. De manera que podemos determinar el sujeto y predicado de la dialéctica como terminada en cada línea; es como un individuo particular que sólo tiene interacciones con otros individuos dentro de la sociedad. No obstante, la infinitud puede llevarse a cabo, es más, funge como el todo terminado de la finitud. Esto es en el caso de los avatares, la pieza en sí.

Su infinitud no es más que lo -otro- de lo finito y depende, por lo tanto, de la finitud; es, en sí misma, una infinitud finita. No existen dos mundos, el finito y el infinito: sólo hay un mundo en el que las cosas finitas alcanzan su autodeterminación pereciendo. Su infinitud se encuentra en este mundo y no en otra parte. (Marcuse, 1974, p. 140)

La pseudorrealidad en la que se encuentra la línea musical en su precepto de finitud es, por lo tanto, relativa, y sólo alcanza su infinitud —la pieza *per se*— en su transigencia a otra línea, por lo que el sujeto de la línea en relación con su predicado se vuelve predicado en relación con el sujeto de la próxima línea. Así, en su forma infinita, existe siempre una transigencia. Sin embargo, al contemplar el todo de la estructura de una pieza terminada, es posible inferir que se vuelve un gran sujeto que se hará predicado en otra pieza musical independiente y así sucesivamente.

La variable sonora contempla para sí una posibilidad mediada por la forma estipulada en su producción. Pero para esta deconstrucción del sujeto y predicado se tomará la primera proposición y la última de cada línea musical, ya que es en estas en las que existe el puente de cambio. No obstante, dentro de la línea pueden existir varios sujetos y predicados, pero éstos no tienen un intercambio directo con las opciones elegibles por el sujeto.

Por lo tanto, las dividiremos en 3 para una transigencia con la misma emoción:

- **De unión relacional:** es mediante la cual la proposición del sujeto-predicado determinada se ve separada por el puente armónico. Esto quiere decir que el cambio de línea musical a otra en su proposición no varía de contexto emocional, puesto que es la misma línea.

- **De unión independiente:** su división discursiva está alineada con el inicio y el término de cada línea musical independiente. Por lo tanto, no influye de manera directa en la relación contextual.

Podemos observar que la transigencia de la línea musical por el puente armónico no interfiere en las proposiciones de manera directa. Y aunque el sujeto y predicado de ambas proposiciones no se mezclan, sí hay una mutación del predicado para el nuevo sujeto. Al ser la misma la línea emocional y la relacional de ambas oraciones se permutan en un mismo tiempo espacio, por lo tanto, el predicado se vuelve una causa inherente del sujeto de la línea subsecuente.

Toda la relación discursiva entre la misma pieza evoca esta parte de la infinitud de la que hablaba Hegel, entendiendo que la pieza sea un gran sujeto con predicados y estos mismos posean sujetos y predicados independientes, que a su vez tienen formatos intercambiables en los que el sujeto es predicado y viceversa.

- **De ruptura y unión:** es la que, mediante el puente armónico, sustenta discurso de enlace entre la línea musical previa y la nueva. Todo dentro de la temporalidad de conexión.

La anterior es exclusiva de una transigencia entre dos líneas musicales con la misma emoción sin variable. Al no haber cambio en el puente puede o no contener el predicado o sujeto de la próxima línea, pero al no cambiar de armonía ni de emotividad simbólica sólo cumple una función estética.

Aclaro que en este sentido de interacción con el puente armónico el sujeto se convierte tanto en la línea previa como en el puente armónico. Sin embargo, no significa que el predicado pierda su sujeto aun en el mismo dinamismo emotivo. El sujeto de transición se vuelve el núcleo en el puente armónico, pero enlaza al sujeto de la primera línea musical. Bajo esta lógica, la infinitud no se pierde en la finitud, aunque sea de la misma emoción, sólo cambian sus propios valores.

Dios es el Ser, tomada como un juicio especulativo, no significa que el sujeto Dios -posee- o -soporta- al predicado -ser- entre muchos otros predicados, sino que el sujeto Dios -pasa- a Ser. El -Ser- aquí -no es el predicado, sino la naturaleza esencial- de Dios. El sujeto Dios -parecer que deja

de ser lo que era al establecer la proposición, o sea, un sujeto fijo-, y se convierte en el predicado. (Marcuse, 1974, p. 104)

De manera que a la premisa sustancial del sujeto le corresponden sus articulaciones posteriores del predicado. No obstante, no sólo se le atribuyen a su significado previo, son parte de sí mismo, por lo tanto, no son atribuciones *per se*, más bien son su realidad. El sujeto se inhibe a sí mismo con las características y se revela ante sí en su nueva conformación. El sujeto es sujeto en el predicado, y así mismo el predicado se vuelve sujeto en otra proposición con el mismo dilema.

Ahora, para esclarecer la transigencia emocional y compositiva lo dividiremos en 3 actos:

- **De unión relacional variable:** la proposición se ve siempre alterada por la variable de líneas emocionales. Da así un nuevo concepto de cada unión diferente mediada por el puente armónico.
- **De unión independiente variable:** es mediante la cual ambas líneas musicales poseen proposiciones propias. Por lo tanto, su intercambio alegórico será en función del discurso empleado. Sin embargo, aunque estén separadas espaciotemporalmente, deben poder relacionarse lógicamente.
- **Ruptura y unión variable:** es en la que el puente armónico funge como mediador entre dos líneas musicales con diferente emoción y además en sí mismo incluye discurso para encaminar una alegoría lógica uniendo dos proposiciones como un conector.

La construcción del significado de la proposición se ve influenciada por el puente armónico, ya que sin él la segunda línea tomaría como sujeto enteramente al de la primera línea musical, con lo cual cambiaría su realidad discursiva. Así mismo observamos un tercer sujeto y predicado; el puente nos brinda el enlace mediante el cual combinamos el sujeto de su transigencia para darle sentido a la segunda línea y así entender como un todo a la primera línea, de manera que la intersección contiene cualidades para el sujeto de la segunda línea y una directriz para la primera.

Esta es la explicación que hace Marcuse sobre el siguiente fragmento de Hegel:

El incesante perecer de las cosas es, por lo tanto, una negación igualmente continua de su finitud. Es la infinitud. Al perecer lo finito en esta negación de sí mismo, alcanza su Ser-en-Sí y, por consiguiente, gana su propio ser... Así va más allá de sí mismo solo para encontrarse de nuevo a sí mismo. Esta identidad consigo mismo, o negación de la negación, es el Ser afirmativo, es lo otro de lo Finito... es lo Infinito.

(Marcuse, 1974, p. 139)

Ahora que relacionamos el sujeto y el predicado con la finitud e infinitud estipuladas por los autores, su relación con la construcción de avatares se vuelve fundamental, pues el desglose dialéctico con su igual de transigencia musical será un precepto que pasa a desarrollarse en el “aquí y ahora”.

Entendemos ahora el precepto de cambio discursivo lógico entre las armonías, pero todavía es sólo una superficie de lo que conlleva equipar la dialéctica a niveles similares, pero en planos alternos. A medida que el sujeto se somete a sí mismo a una experiencia nueva o similar a otras que ha tenido en el pasado, su yo consciente siempre va a optar por un registro de sentidos y un posterior análisis interior. Esto implica reconocer las sensaciones mediante sus contactos primarios y no por su susceptibilidad de reacción a estos. Ejemplo: uno recuerda el golpe de su pie con una roca, pero negativamente por ser la roca o ser un golpe, sino por la sensación primaria de dolor mediante el sentido del tacto. Posteriormente, ya se hace referencia a pasajes parecidos o nuevos datos en la memoria. Así nace la experiencia.

Luego de considerar lo anterior, podría ocurrir de manera similar en el desarrollo de estas personificaciones musicales, el primer aspecto de experiencia por parte del consumidor o el sujeto no será la música *per se*, sino el poder escuchar de forma interactiva y a manipulación propia. Por ello la atención del sujeto radicará en el grado de interés por parte de su sentido primario para posteriormente abordar otro plano inconsciente de gusto o aprecio.



Además, como lo representa el “¿Aquí y ahora?” hegeliano, podemos apreciar que estas categorías se vuelven infinitas e inmortales. Sin embargo, también podemos entenderlas desde su negatividad y su finitud si fragmentamos la variable musical.

Veo esta casa, en este sitio particular y en este momento particular. La casa es tomada como “real” y parece existir per se. El “yo” que la ve parece ser inesencial, “puede tanto ser como no ser”, y “solo conoce al objeto porque el objeto existe”.

(Marcuse, 1974, p. 106)

Para el autor la realidad a la que hace referencia el ejemplo es transitoria y objetable por el sujeto, pero no por su existencia inherente a él. Situación importante para considerar, ya que el sujeto se desliga de su capacidad para conocer el objeto, de hecho, sólo lo señala con la existencia para sí mismo. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que la existencia del objeto no está atada al entendimiento, ya existe fuese señalada o no. En todo caso la realidad sólo cambia para el sujeto que la señale, y en realidad sólo se vuelve un círculo de su percepción y experiencia.

Si vuelvo la cabeza, la casa desaparece y aparece algún otro objeto, que desaparecería igualmente si vuelvo de nuevo la cabeza. Para retener y definir el contenido efectivo de la certidumbre sensible tengo que referirme al Aquí y Ahora como los únicos elementos que permanecen constantes dentro del cambio continuo de los datos objetivos.

(Marcuse, 1974, p. 106)

Colocándonos en contexto, el cambio de la pieza musical a otra, pasará desde una concepción predeterminada de emociones, temática y estructura teórica particulares, que se conecta a otra pieza musical distinta a través de un puente armado por la inteligencia artificial para que se escuche uniforme y producido.

Esto nos devela uno de los principios fundamentales sobre especular esta identidad sonora a partir de la personalización musical: Distintas opciones. Ésta es la relación que tienen los pasajes entre sí para retroalimentarse de forma permanente, son agentes compartidos de otro puente armónico, pero, al mismo tiempo, son un solo elemento terminado. Es decir, el aquí y ahora maneja una

variable musical como su finita existencia y única, al menos hasta que cambie de rumbo, o en esta parábola, a otra realidad percibida por el sujeto.

Observamos el intercambio discursivo que tiene esencia distinta al unir dos intervalos musicales y el puente. Sin embargo, aunque sabemos que sus uniones son perceptibles considerando la acción del sujeto en su elección, no quita la seguridad que en el aquí y ahora no existe otra variable más que la que se está escuchando. Por lo tanto, se vuelve finita y real, aunque fuese por un determinado momento en el tiempo, es única y solitaria.

Aquí es una casa, pero igualmente no es una casa, sino un árbol, una calle, un hombre, etc. El Ahora permanece idéntico a través de las diferencias del día, la noche o el mañana. Además, es ahora precisamente porque no es ni el día ni la noche ni ningún otro momento del tiempo. Se preserva a sí mismo a través de la negación de todos los demás momentos del tiempo. En otras palabras, el Ahora existe como algo negativo; su ser es un no-ser. Esto también es válido para el Aquí. El Aquí no es ni la casa, ni el árbol, ni la calle, sino lo que “es y permanece en la desaparición de la casa, el árbol, la calle, etc., y es indiferente de la casa o el árbol”.  
(Marcuse, 1974, p. 106)

La negatividad vuelve a ser un precepto inamovible que relata la realidad finita de la propia variable sonora en la pieza musical terminada. Sin embargo, aquí es donde rompo una de las premisas de los autores Hegel y Marcuse. Según la teoría justificada, el aquí y ahora son momentos relativos y no perceptibles simultáneamente. Es decir que no podemos girar la cabeza y ver la casa y el árbol sin girarla. Por lo tanto, no podemos transitar por esas variables sin perder la otra realidad.

La atracción al modelo musical de variable con puente nos permite “girar la cabeza” pero, a la vez, pintar con el velo de la realidad sobrepuesta, lo que definimos como transitar en dimensiones musicales de forma paralela. El aquí y ahora mutado desde un punto de vista del sujeto, sin perder de vista que las otras variaciones siguen ahí y están presentes.

Según Hegel, la negatividad del no-esto nos vincula con lo que está más allá de la singularidad y nos evoca a lo universal. Que, si bien para el planteamiento de las piezas musicales personalizadas implicaría que la individualidad de la música es su negativo finito, brindando esa variable infinita y puesta en el grado de lo universal.

### *Estructura emocional*

Para entender el concepto emocional del cual se implementarán las identidades sociomusicales para los avatares, se parte de la disposición de crear o relacionar emociones existentes y etiquetar de manera precipitada las variables a las que estará sujeto el intercambio musical desde el puente. Por ello me adecuaré a la lectura teórica de Klaus R. Scherer y Marcel R. Zentner en el texto *Emotional effects of music: production rules*, en el cual desglosan paso por paso la dinámica de producción de emociones base y con ello se podrá encaminar la realidad en la que las variaciones musicales se permuten con las emocionales en este rubro. La dialéctica será fundamental, pero este fragmento se enfocará a su síntesis y afección con el sujeto.

It is also a pervasive belief that music can, at times, actually produce emotion in listeners. The distinction between perception and production is related to the distinction between cognitivism and emotivism proposed by philosophers in their analysis of emotion in music. (Scherer y Zentner, 2001, p. 361)

La perspectiva en la que nos encontramos se enfrasca con la propuesta por los autores, la gran diferencia entre percepción y producción. Esto se refiere a que, aunque existe la vertiente de emular las emociones o relacionar sensaciones con experiencias del pasado, también está la eminente estructura de creación desde cero de una emoción. Sin embargo, se pretende categorizar aquella que sea más propositiva al interactuar con el sujeto.

A formalization of the process by which music generates emotion requires, first of all, a definition of what exactly is to serve as the output variable, that is, the type of emotional or affective state that is supposed to be produced by music. (Scherer y Zentner, 2001, p. 362)

Para poder desglosar y entender la conformación variable musical-emocional es necesario empezar con la definición exacta de aquella emoción principal que se quiere producir, bajo todas sus lupas. Así mismo, los autores enfatizan la necesidad de un apego para que las emociones puedan tener un mayor impacto y/o el sujeto pueda interiorizarla, percibir como suya la emoción y no como una inflexión artificial: “The next step is to operationalize the input variables; that is, to specify in greater detail which aspects of listening to a piece of music are involved in the inference and/or induction of emotion” (Scherer y Zentner, 2001, p. 362).

Al ya tener una idea clara de la emoción es necesario conducir al sujeto que detecte en qué momento de la pieza musical se le hará una inyección de ideas. Para ello las variables musicales y/o los pasajes serán piezas clave para la inducción emocional, a través de la configuración y aprendizaje de la inteligencia artificial.

### **Características estructurales**

We subdivide structural features of music—that is, all those qualities of a composer's score that a good performer needs to respect—into segmental and suprasegmental types. Segmental features consist of the acoustic characteristics of the building blocks of musical structure: individual sounds or tones as produced by the singing voice or specific musical instruments. In some ways one may presume that such individual sounds correspond to the isolated affect vocalizations that may lie at the source of speech and music. (Scherer y Zentner, 2001, p. 362)

Los autores nos embarcan a conocer que aquella estructura musical pura, se refiere a los sonidos, tonos, matices, intensidad y performance que el autor y compositor le da a la obra. Esto influye de manera directa en lo que el sujeto puede sentir al estar en contacto con sus sentidos. Por ejemplo, si un espectador observa en vivo a un artista tocando su pieza, con las variables del rostro, expresiones, forma sutil de tocar los instrumentos, su voz y en conjunto con el contenido musical-discursivo; causará en él una emoción o, al menos, una sensación empática con el autor.

The acoustic structure of such individual tone segments, corresponding to phones in speech, is described by duration, energy (amplitude), pitch (fundamental frequency), and timbre or harmonic structure (spectral composition) of the complex wave, as well as the energy and pitch envelopes and microchanges in timbre over the duration of the sound. (Scherer y Zentner, 2001, p. 362)

Ahora los autores son más específicos en términos acústicos, refiriéndose así a aspectos físicos que pueden influir en la capacidad auditiva y de percepción del sujeto. Tales como:

- **Duración:** cuánto es el tiempo de prolongación de un fragmento musical, un tema o una secuencia rítmica.
- **Energía o amplitud:** se refiere a la intensidad de onda que se aplica para producir un sonido.
- **Frecuencia o tono:** la frecuencia con la que el sonido abarcará espacio. Esto es la tonalidad musical que se escuchará.
- **Timbre:** depende del material, el color del sonido correspondiente a un instrumento o producción específica.

Así, para los términos de las variables sonoras, cada término previo tiene su propia definición y se contempla para desarrollar la emoción. Sin embargo, no de forma clásica como los autores la refieren, sino con la posibilidad de la experiencia de apropiación.

### **Características suprasegmentales**

In music, comparable features are melody, tempo, rhythm, harmony, and other aspects of musical structure and form. While iconic coding also plays an important role (e.g., with respect to tempo, rising/falling contours), suprasegmental features seem to carry emotional information primarily through symbolic coding, as based on a process of historically evolved, sociocultural conventionalization. (Scherer y Zentner, 2001, p. 364)

Los autores abordan en la composición los aspectos externos de la propia música *per se*. El ritmo y la melodía, estructuras que nos pondrán en contexto emocional de manera primaria. No es lo mismo un ritmo de *rock and roll* de los años sesenta para representar alegría que usarla para representar profunda tristeza. O una melodía como la de la película de “Tiburón”, de John Williams, para expresar miedo o terror, que usar ese método para expresar alegría.

Estipulamos que el ritmo puede ser una coraza externa de las variables musicales, aun así, tiene una influencia importante en el sujeto, ya que será lo primero que su inconsciente atenderá para determinar si es atraído por la música.

### **Características de *performance* (interpretación)**

These refer to the way in which a piece of music is executed by performer(s). Both the stable identity (physical appearance, expression, reputation) and ability (technical and interpretative skills) of the performer, as well as transient performance-related variables referred to here as performance state. (Scherer y Zentner, 2001, p. 364)

La ejecución del autor es un núcleo del cual se hará socio el escucha, quien tendrá la responsabilidad de interpelar en una media lo que el músico desea expresar, y gracias a la construcción de su identidad en la pieza musical, podrá disponer junto con él de la composición de la pieza.

No significa que el sujeto pueda disponer de la música a su conveniencia o que aleje al autor, pero sí podrá adecuarla a su “yo” más cercano. Un pacto individual-colectivo con el autor. Una segunda firma en la canción, una oportunidad de ser cocreador. Y así, de sentir.

### **Características del contexto**

Thus, the location of a performance and/or a listening situation may be a concert hall, church, open-air site, car, or recording studio. The dominant material surrounding the listener/performer may be wood, glass, stone, metal, or cement. In

addition to the location, the particular event may be a wedding, a funeral, a ball, or the celebration of an outstanding achievement. The music may be transmitted through loudspeakers, headphones, or without any technical support. (Scherer y Zentner, 2001, p. 364-365)

Abordaré aspectos externos “simbólicos” que tendrán que ver con la transición emocional del sujeto en su viaje de búsqueda de identidad sociomusical, pero es preciso establecer una previa explicación de lo que tendrá que ver con el entorno. La construcción emocional, según los autores, es influenciada por la locación donde se escucha la misma, así como los métodos o recursos por medio de los que se escucha.

**Lugar:** espacio físico donde el sí mismo escucha la pieza: una iglesia, un concierto, un salón, un cuarto, la calle.

**Medio:** son las herramientas o el dispositivo por el cual se escuchará la pieza, llámese audífonos, estéreo, radio, celulares, televisión o cine. Aquí es donde la revolución auditiva forma parte del pilar de innovación buscada. El dispositivo por el cual se lograrán las interconexiones de las líneas musicales y permitirá desarrollar la experiencia de infinito-finito en una multi-emocional fase de escucha, a partir de la configuración y data de la inteligencia artificial.

La importancia de conocer el funcionamiento de la estructura emocional para el desarrollo de las piezas musicales personalizadas nos inserta en abordar parámetros psicológicos y de propia percepción sensorial. Cada punto abordado contribuye al oyente a perfeccionar y delimitar su bloque de significados para la construcción de su “yo” musical. Ahora bien, relacionar la dialéctica para una respuesta emocional es un trabajo que involucra conocer a la propia audiencia.

Pudiéramos pensar en el alejado recurso necesario para llevar a cabo un muestreo sobre las decisiones musicales del oyente a la hora de amalgamarlas con sus propias emociones durante el día, semanas, meses u años, o incluso su respuesta inmediata al mainstream actual. Sin embargo, el solucionismo tecnológico también nos da una respuesta acotada, las redes sociales y el internet

ya tienen esta información, voluntaria y eficaz. El sistema puede recabar una información y codificarla para que el artista o autor sepa relacionar sus parámetros, y temáticas en los bloques que el usuario de su música podrá armar. Por lo tanto, se le estaría brindando al sujeto elementos de su conocimiento común, principios que reconoce de previas experiencias, por lo que la apropiación e incluso asimilación de las piezas musicales resultaran cómodas.

Ahora bien, articular los sonidos con emociones es una terna subjetiva en sí misma, o al menos lo es hasta tener la variable correcta. Es decir, no podemos separar la felicidad de la tristeza si no tenemos una relación estricta a que sería cada aspecto. Por tanto, que, al tener caminos que seguir, es más probable optar por uno o por otro que a crear instintivamente alguno. Empero, no quiero concluir prematuramente que las emociones tienen una connotación estrictamente condicional al contexto, pero si influye en su recepción.

La abstracción emocional con la que las piezas musicales personalizadas pretenden funcionar para el oyente, serán propuestas por un algoritmo parecido al de las redes sociales y ciertas aplicaciones que ocupan la información de usuario para experiencias personales.



## Capítulo III

### *Solucionismo tecnológico*

“Consideramos digno de celebración, y no de escrutinio, el que ahora la tecnología inteligente y todas nuestras conexiones sociales puedan “insertarse” en cada uno de nuestros actos mundanos...” (Morozov, 2015, p. 22)

La evolución de la idea humana del progreso se ha construido cada vez con menos herramienta “humana”, y sí, por la diferencia perfecta entre presente y pasado: la tecnología. Permitir que la lógica nos conduzca a resolver nuestros problemas con mejor eficiencia y eficacia parece ser una premisa base para el desarrollo, pero desdibujada si se la relaciona con la realidad social.

El individuo está al frente en una pelea con su carácter masivo o plural, acuñando cierta característica de ingenio, de resolver lo que ya está resuelto, pero de una forma más resuelta. La redundancia parece obvia y no tanto, la tecnología permea en cualquier contexto civilizado y de uso del lenguaje —cualquiera que sea la expresión de éste—, pero sustituye el problema —o, al menos, lo desplaza— por una necesidad ambigua pero igual o más importante. Es decir, por ejemplo, las “redes sociales” desde su creación en el mundo de la Internet han permitido interacciones humanas sin la menor característica de esencia, la materialidad de la presencia. Las redes nos permiten transmitir información a cada punta del planeta, hablar e interrelacionarnos con seres humanos de los cuales —objetivamente— sólo suponemos su existencia. De esta manera ampliamos el alcance humano en términos de compatibilidad y colectivo y, a la vez, creamos la necesidad de seguir perpetuando ese círculo de conexiones “sintéticas”, por lo que la solución de conectar a todos solo generó la necesidad de permanecer conectados a cada elemento que pueda ser sujeto a conexión. Ergo, si no se está dentro de un rubro de conexiones sociales, podemos decir que estamos limitados a una interacción humana común. Lo común de ser humano, una relación a la vez.

¿Pero qué tiene que ver el término “solución” o “solucionismo” al amalgamarlo con identidad virtual en la cuestión sonora? Nos encontramos en un contexto en el

que la industria cultural descrita por Adorno, no se sostiene más por el impacto del arte en la cultura, sino por la antítesis generada del impacto comunicacional que genera el acto de hacer el arte. Sin embargo, no sostengo al este tipo de arte como un plano terciario en los parámetros de la industria cultural aplicada a este escrito, más bien, desnudo las nuevas premisas que articulan el éxito de poder hacer arte, y no por qué o el cómo hacerse. Es decir, el sello de la personalización musical corresponde directamente a un análisis del sujeto bajo un contexto delimitado, con gustos establecidos —adquiridos previamente—, por tanto, la herramienta tecnológica de la inteligencia artificial, efectúa un solucionismo fabricado en masa para cada oyente.

Sin embargo, no se desvincula de la generación clásica o del ritual artístico del “profesional”, sólo permite una democratización en la producción sonora, se ajusta a los cánones de las estéticas culturales del momento.

El teórico del diseño Michael Dobbins acierta cuando dice que el solucionismo da por sentado el problema que intenta resolver, en lugar de investigarlo, y así llega “a la respuesta antes de haber formulado las preguntas en toda su amplitud. Tiene tanta importancia la composición de un problema como el modo en que se resuelve. (Morozov, 2015, p. 24)

La personalización y la necesidad de generar identidad en cada parámetro del colectivo social y de sus relaciones tiene como consecuencia mutar el propio consumo. Es decir, en redes somos sujetos existentes bajo la premisa de la representación de información —*data*—, por ello, y sólo de esa forma, nos insertamos en la globalidad.

Ahora bien, el plantearnos una identidad sonora a través de la personalización de piezas sonoras no transgrede la forma clásica de producción musical, en cambio, abre la brecha de no solo considerar al ejecutante o creador de la misma como único proveedor de ese arte, sino incluye al receptor en masa —*bajo los parámetros de la industria del consumo e inmediatez*— y lo impulsa a retroalimentar la obra. Nos enfrentamos a la realidad artística bajo la estricta norma del gusto personal y sólo para el impacto personal.

El “misticismo” de la inspiración para la generación de sonidos estéticos se ha reemplazado por la capacidad artificial de multiplicar el resultado, la tecnología abstrae y comprime cada elemento en una herramienta al alcance de la sociedad para adentrarse en el código de un individuo y, de esa forma, consumir lo que él mismo considera consumible. Autoconsumo y autogeneración articulada. Morozov menciona a Albert Hirschman y su obra *Retóricas de la intransigencia*, cuya tesis principal convierte en objeto de crítica o alaba al solucionismo.

- Perversidad: la intervención propuesta empeora el problema en cuestión.
- Futilidad: la intervención no produce ningún resultado.
- Riesgo: la intervención es una amenaza a un logro previo y apreciado.

Ahora corresponderemos cada definición particular con la premisa básica del solucionismo y, en consecuencia, con el impacto de generar identidades virtuales a partir de la sonoridad con IA a través de la personalización musical.

### **Perversidad**

Si consideramos a la tecnología como un absoluto enemigo de la creación artística, estamos siendo ciegos a la naturaleza humana de crear algo nuevo y diferente. Ahora bien, las herramientas hoy en día permiten amplificar cierta característica de la interpretación musical, aumentando artistas y usando emulaciones sonoras, así como comprimir la producción en términos de “uso y manejo de software” en lugar del manejo propio del “ente generador de sonido” o, comúnmente, de instrumentos musicales.

La capacidad y facilidad del contacto social con la obra artística ha tenido su mutación conforme se fue solidificando la importancia del sujeto en la crítica y en el paradigma de la industria cultural. Es decir, el individuo se adjudica a sí un poder de responsabilidad con la cual establece calificaciones a sus experiencias diarias, y la música no está exenta de esta situación. El público se condiciona cada vez más la obra del autor al obligarlo a cumplir condiciones culturales o de mercado sujetas al contexto presente. Por ello y para una entrega más inmediata al consumidor, el autor necesita evolucionar, y amalgamar las herramientas tecnológicas en aras de la satisfacción propia y del individuo. La inteligencia artificial con la que se busca

integrar la creación de piezas musicales personalizadas, tendrá una data en constante actualización del sujeto, para que pueda intuir sus decisiones y motivaciones en la “creación”, para así desarrollar de mejor manera una identidad sonora en cada pieza musical que se genere entre el autor y el oyente.

### **Futilidad**

No obstante, no podemos concluir explícitamente que la rendición a la tecnología reducirá el elenco artístico propio del humano, al contrario, será sujeto de validación más rigurosa, ampliará el espectro de competencia y afinará un mejor producto para el oyente. Esto es, que el consumidor en aras de encontrar un mejor sentido de identidad musical con el autor, recurrirá a una demanda más específica para sus estándares.

La evolución cultural nos encamina a vender y a consumir experiencias por encima del objeto del cual se vive la misma experiencia. Y en ello podemos, quizá, pensar que entonces la tecnología no ha impactado de mala manera hasta este punto, sólo ha reorganizado el *modus* del oyente.

### **Riesgo**

Si analizamos la actualidad cultural conforme a la relación social-artística de consumo, podemos llegar a la conclusión de que el solucionismo roza con la democratización extrema en la producción de contenidos, por lo que puede contribuir a que se valoricen los elementos estéticos del éxito en la industria, sometidos a una métrica meramente guiada por el tiempo y la cantidad del consumo.

Esto implica que podamos coexistir entre paradigmas y significantes particulares sobre el arte popular, de manera que la configuración actual de la posmodernidad obliga a incorporar las herramientas, por más contraproducentes al canon que parezcan. Las utilidades en la generación de identidades sonoras a partir de la personalización de piezas musicales son sustanciales para conducir una producción y reproducción innovadora para el oyente, interiorizando de esta forma la obra al ser un producto de sí mismo, gestionado desde la individualidad para la individualidad.

La educación no es la transmisión de información de ideas; es la capacitación necesaria para hacer uso de la información y las ideas. La información se libera de las librerías y bibliotecas, e inunda los computadores y dispositivos móviles, por eso la capacitación se vuelve más importante, no menos.” (Morozov, 2015, p. 27)

En este sentido, la nueva disposición digital y su accesibilidad al macrosocial reduce la brecha de la pseudoprofesionalidad y equipara las oportunidades dentro de los propios límites de la tecnología. El reestructurar la producción en masa explota los parámetros de la reproducción necesaria, los torna resolutivos en la facilidad de creación, incrementa una nueva de diferenciación conforme a la calidad y cantidad emancipada.

Para Oakeshott – Un cocinero no es un hombre que primero tiene una visión de un pastel y luego intenta prepararlo; es un hombre experto en cocina, y tanto sus proyectos como sus resultados surgen de esa pericia. (Morozov, 2015, p. 28)

La categorización del espectro profesional del autor se ve potenciada por la factibilidad en su ejecución, es decir, por la realidad social actual que permite la reificación de hacer las cosas, no por la intelectualidad que conlleva, sino por su relación práctica. Por otra parte, sustentar la evolución de la industria cultural hacia los campos dinámicos de la hiperrealidad sustrae una serie de estructuras que contraponen los requisitos estéticos contemporáneos del arte popular.

La personalización de piezas musicales por parte del oyente desnuda una significación de pertenencia, más por su capacidad de interrelacionarse con otros individuos para formar un colectivo consumista de sí mismo, que para satisfacer la “individualidad uniforme” del oyente en turno. Empero, la actividad musical sí debe conducir a un oyente que no sea sólo un receptor sino un propio colaborador de obra, expertos de la experiencia generada a partir de poder expresar la propia experiencia. De manera que, el disfrute de la música por parte del colectivo pueda crecer a un intercambio individual de creatividad única, colocando dentro de la industria cultural masiva, un nuevo colaborador de obra, el propio consumidor.

### **Obra contemplativa (musical)**

La obra —en este caso, la música— pensada para degustación de un sector poblacional determinado por clases sociales y realidad contextual delimita las “herramientas sobre la estética” y de la “estética en sí misma”.

De esta forma es posible puntualizar que el arte popular como objeto de influencia cultural corresponde directamente a un público pasivo, del cual su tarea social es acoger el arte, la pieza, la obra y hacerla parte de su entorno. Sin embargo, no se corrompe la simbiosis con el artista y el simbolismo inconsciente de su propio trabajo, es más, se emancipa la acción profesional artística.

**Artista** → **Obra** → **Público (Pasivo-Contemplativo)**

La retroalimentación a partir de que la obra artística tuviese el grado de exposición se establece por el contexto alrededor del autor, de manera que, el público funge como observador.

Retroalimentación:

**Público** → **Crítica profesional** → **Reificación de la obra**

La reificación de la obra se legitima a través del tecnicismo aplicado en el arte, por lo tanto, el autor genera un impacto en el conservadurismo estético del periodo cultural presente, con divergencia hacia nuevas formas de composición.

### **Obra receptiva (musical)**

La transición que sufre el arte (popular) con la globalización de los medios de comunicación es explicada por Adorno y Horkheimer en *La Dialéctica de la Ilustración* con el formato de la Industria Cultural, es decir, de la nueva perspectiva del consumo hacia las actividades que generan cultura y tienen el impacto en ella. Si bien el arte ha sido bandera de crítica social, expresión de belleza y progreso humano, en este contexto adquiere un valor de producto en el mercado global.

Para ello es importante delimitar que el autor moderno debe y corresponde adaptarse en la composición y entrega de su obra, ya que se ve obligado a reflejar

la demanda del colectivo que ejerce un poder en consumir su pieza, media una bilateralidad de percepción hacia la obra.

**Artista** → **Obra** → **Receptor** → **Interpretación**

El artista expone la obra y espera invariablemente una respuesta/reacción del público en la que se define su impacto a nivel social y cultural, por ende, la valorización del producto se ve reflejada en su consumo.

Retroalimentación:

**Interpretación** → **Consumo** → **Impacto cultural**

### **Obra de experiencia (musical)**

La nueva era de la revolución de contenidos digitales, las redes sociales y la estructura mediática de la Internet hace surgir una ruptura dentro del bloque de la industria cultural, la interpretación simbólica del arte muta en subjetividad dependiendo de la propia individualidad del sujeto. De tal manera, la relación del artista con su propia obra está interrumpida, ya que necesita del receptor para terminar el ciclo del arte. La significación artística no es tal si el receptor no dicta que lo sea, por más que el autor la signifique, además de la nueva hiperrealidad en la que la experiencia la obra y la psique del artista son lo que impacta a la cultura.

Entonces, la relación autor-obra se reifica directamente en la colaboración interpretativa del sujeto-colectivo que primero contempla, después es receptor y finalmente identifica su propio ser en la obra para, en consecuencia, atribuirle el significado faltante.

Ejemplo:

**Artista** → **Obra** → **Espectador** → **Experiencia**

El artista suscribe que el espectador adjudique significados propios no relacionados con la intención primaria de la obra, le da el poder de identificarse con la misma. Sin embargo, su validación sigue arraigada a su viabilidad de consumo.

Retroalimentación:

**Experiencia** → **Identidad en la experiencia** → **Generación de un impacto cultural**

### **Obra a partir del Gadget (musical)**

El solucionismo tecnológico y la estructura de la necesidad de representación se volvieron una constante social, y desde la creación de redes sociales, vinculamos el “yo” en este metaverso digital. Esto es, la creación de una plataforma para la identidad visual del sujeto como Instagram, potencio el consumo de imágenes, e incluso incrusto una nueva concepción propia del sujeto ante el espejo. El surgimiento de los “filtros”, estos modificadores o alteraciones al rostro generan una percepción hiperreal significativa, extrapolando la representación inconsciente del colectivo y agregando la necesidad de pertenencia a una “perfección artificial”.

Ahora bien, hemos dispuesto nuestro tiempo en atender la meta narrativa propuesta en nuestros dispositivos tecnológicos, incluso emancipando su veracidad en relación con su viralidad. De igual forma, la plataforma musical Spotify, diseñada para recopilar la música global y colocar millones de piezas musicales a disposición del oyente en cualquier momento; la biblioteca musical del siglo XXI. Así mismo, la evolución y adaptación al consumidor por parte de este “gadget” amplifico su impacto en el oyente, de manera que esa biblioteca global se puede personalizar en las llamadas “playlist”, organizadores de música y que pueden nombrarse, compartirse y estructurarse a partir de los gustos, modos u otras condiciones del propio sujeto.

Esto ya es de por sí una personalización y nuevas formas de identidad música, pero ¿Acaso es suficiente? La realidad es que si bien ya existe una inteligencia artificial usada para “recomendar” música a partir de gustos similares, quizá esta plataforma incorpore la creación dentro de si misma, ya sea con las obras preexistentes o generando piezas de rompecabezas para el uso del oyente, y sin necesitar de una producción musical elaborada, sino solo un comando que



interprete de manera correcta la subjetivación del compositor, similar a como ya se trabaja en la plataforma de edición fotográfica de Adobe “Photoshop”, que incurre en comandos hacia una inteligencia artificial, en la que se escribe de manera específica lo que se desea y el generador de imagen lo plasma en pantalla. ¿Es esto arte visual artificial? ¿Son los comandos los nuevos pinceles (herramientas) de composición? Pues, lo son.

La necesidad de representación nos dará el gadget que no limite a la música a ser una, sino pueda ser mutable de manera constante, así como ya existen diversas inteligencias artificiales para recrear voces e incluso piezas musicales complejas, existirá la plataforma social que no solo atraiga a productores o miembros de la industria musical, sino al público general, así como Instagram no es solo para fotógrafos profesionales, sino para el que le gustan las fotos. Habrá una plataforma que te permita crear música desde la obra del artista o en base a su estilo, para al que solo le gusta escuchar y tener nueva música. Masividad musical, artistas globales, personalización de la identidad y apropiación del sonido como extensión del “yo”, una clase de nueva identidad sonora.

Ejemplo:

**Oyente/sujeto → Obra del artista → Gadget → Inteligencia artificial →**  
**Composición → Reproducción → Significante personal**

## *Ingenieros o mediadores sociales*

Desde el surgimiento de la revolución industrial la humanidad se ha enfrentado a un progreso tecnológico sin precedentes, de igual forma lo han hecho las relaciones sociales. Las consecuencias de la globalización de consumo establecieron un nuevo canon para obsesionarse con el individuo por sobre el colectivo.

La nueva constitución social de interacción es la forma en que la cultura se hace eje de autoconstrucción de una sociedad con alternativas dialécticas en constante transigencia. La revolución material se vio sobrepasada por la revolución informática global, la Internet como nueva metarrealidad o metanarrativa para la identidad humana.

A partir de que la dialéctica cultural se logró abstraer en las herramientas digitales, surgió la necesidad de entes que interactúen y funjan como mediadores de la comunicación social y, por lo tanto, sean artífices de la generación de nueva cultura en la época posmoderna. Se les ha llamado “ingenieros sociales”. Plantear que la Internet se volvió el nuevo canon de cultura entre las culturas tiene como consecuencia que las “redes sociales” se vuelven la hiperrealidad de la interacción entre humanos y máquinas. Así mismo, y dentro del planteamiento de este ensayo, cuando hablamos de identidades virtuales bajo la percepción sonora, estamos haciendo simbolismo de raíces metafísicas sólo válidas en un sistema de redes que se perfecciona. Mientras más tengamos seres individuales transformando las interacciones sociales, idealizando el solucionismo tecnológico o de dialéctica, más nos incorporamos a la proximidad de una especie de identidad virtual. Como lo explica Morozov (2015): “Ahora el conocimiento es propiedad de la red, y la red abarca empresas, gobiernos, medios, museos, colecciones curadas y mentes en comunicación” (p. 28). Y ¿por qué no? Ahora también las artes, la industria del consumo cultural y a su vez a los creadores.

Sin embargo, el hecho de que el conocimiento esté distribuido o enganchado a una forma específica de validación no es sorpresa, pero ahora su impacto en masa es mayor y con una ínfima posibilidad de retroceder. A partir del surgimiento de Internet, la construcción social evoluciona, la autogeneración de cultura se propicia en el espacio infinito de información, agregando lo que representa el “internet-

centrismo”. El hecho de que la globalización digital haya revolucionado las interacciones humanas no implica directamente un cambio o que esas relaciones anteriores deban desaparecer, pero sí ubicar su desfase contextual.

En la música podemos acotar que, a mayor herramienta tecnológica, menor necesidad de emplear tecnicismos, atribuidos a la academia, a la hora de “crear” melodías, incluso enfrentarse al uso desmedido de personalización musical, llámese algoritmos, *playlists*, sonido creado artificialmente, etc. La recurrencia con la que los parámetros que hacen al arte una actividad de ingenio se mimetizan con probabilidad, uso de comandos y de análisis social sobre “el consumo actual”.

Al igual que muchos otros comentaristas sobre los jóvenes y su uso de la tecnología, Don Tapscott y Anthony Williams, autores de *Wikinomics* y su secuela, *Macrowikinomics*, sostienen que “internet” ha dado lugar a una nueva generación, los llamados “nativos digitales”... “en lugar de ser receptora pasiva de la cultura del consumo masivo, la generación de la red dedica tiempo a buscar, leer, examinar, autenticar, colaborar y organizar (desde sus reproductores de MP3 hasta manifestaciones de protesta)”. Son una “generación de examinadores” que se vuelven “más escépticos de la autoridad a medida que ellos mismos o con su red de pares seleccionan información a la velocidad de la luz”. Mejor aún: “Hoy, los jóvenes son autoridades en la revolución digital que está cambiando cada una de las instituciones de la sociedad”. (Morozov, 2015, p. 66)

El hecho de que las instituciones respondan a una masividad digital reafirma la importancia que adquieren los mediadores de la información posmoderna, los nativos digitales, gestores de comunicación o ingenieros digitales. Si retiramos la abstracción necesaria de este objeto de estudio podemos llegar a la conclusión que, en este proceso histórico, el impacto constructor de la cultura no está llevándose a cabo por hechos sustanciales, sino por la interacción mediática que generan esos propios hechos; no importa la realidad, sino lo que se habla de esa realidad, el impacto de la distribución de esa información en la sociedad. La premisa de que la interacción real con el arte se vuelve parte del significante de la obra, la subjetividad

se vuelve trascendental, al igual que las formas de distribución o “reproducción” que rodean el ritual artista-obra-público, es una observación interesante.

A lo largo del ensayo he explicado que la evolución tecnológica encamina a que incluso la industria cultural tenga que buscar alternativas. Más desde el punto de vista del consumo “rápido”, se desea hacer que la creación —musical, en este caso— pueda expandirse y democratizarse desde el conocedor musical, hasta el público más oyente que creador, de manera que, se fundamenten nuevos aportes sobre el significado del arte (popular). Por lo tanto, el individuo en busca de su identidad particular que lo excluya del colectivo tendrá herramientas para ejercer su esencia visualmente y también de manera sonora, en conjunto claro con el artista, por ahora.

Los mediadores digitales son claves en el éxito o fracaso de las empresas, personas, e incluso en la identidad de ciertos sectores. Por ello hablar de este tema no es algo alejado de la realidad actual, es más, entenderlo y aplicarlo sería sólo completar el último proceso de la posmodernidad. ¿El arte musical de la industria cultural ha muerto? No, al menos no la nueva definición de arte, que bajo la tutela de los “ingenieros sociales” constará de la repercusión generada, no por el objeto, sino por el concepto que se le atribuye, por su previa y posterior maduración.

### **¿El futuro de la música es la inteligencia artificial?**

Delirar acerca de esta premisa hace algunas décadas atrás era vivir en una película de ciencia ficción. Hoy en día es posible incluso replicar la voz o secuencias musicales de algún artista fallecido. No obstante, pretender que la creatividad humana sea reemplazada sí es vivir en la fantasía. Por ahora.

Era cuestión de tiempo para que la tecnología pudiera identificar y recrear los patrones por los cuales el arte es considerado arte, y que no puede ser replicado a la perfección casi por nadie. Pero la inteligencia artificial ya está en el ámbito del consumo, prediciendo porcentajes de ventas e incluso articulando publicidad que el público pueda considerar más relevante que otra. Sin embargo, parece que falta un punto trascendental, “la humanidad de la inspiración” y “el motivo”.

Para el primer aspecto, la inspiración se relaciona directamente con la representación de la realidad en estado objetivo o subjetivo. Para la representación metafísica de “algo”, por ende, ese algo debe preexistir para ser representando, por lo que está sumergido en la red y puede constituir un fragmento de ésta. Pero esto no implica desechar milenios de actividad genuina del cerebro humano, sólo estableciendo que el tiempo al cual la humanidad se sometió para aprender y evolucionar su apreciación de lo estético y de los movimientos culturales no es el mismo que afronta una máquina, y en realidad para eso es facilitar la producción, incluso irónicamente, la creatividad.

El segundo aspecto puede ser un poco más complejo, ya que el arte en sí mismo corresponde a un “¿por qué?” de un “¿qué?” y, respecto a la decisión del artista y de su dominio técnico, el “¿cómo?”. Aun así, la inteligencia podría ser conducida por algoritmos que le indiquen lo necesario para cada contexto social y así adaptar el arte. Aquí se encuentra el problema: el arte es un rechazo al canon —o su mayoría—, una herramienta de protesta, incluso interna, sobre el propio transcurso de la vida.

Lo anterior es dar a la máquina lo que no se quería en un humano funcional al sistema, abstracción de su propio canon. La complejidad para la creación artística no pasa por el tecnicismo empleado o el resultado del objeto, ni siquiera por su repercusión cultural atribuida a la sociedad, sino por su mera capacidad de acción ideada e irrepetible. La premisa de que la tecnología evolucione al grado de no necesitar a la humanidad es un mal sueño, pero que si está planteado es porque sabemos de su posibilidad, o por lo menos, se lo tiene en consideración.

Recientemente se han creado diversas inteligencias artificiales como “CHATGPT” a la que se puede consultar información y de la que se recibe una respuesta personalizada, también es capaz de producir imágenes, escritos, páginas, etc. Sus aplicaciones son diversas, y a su vez, existe una crítica a su uso excesivo. ¿Acaso puede simplificar el trabajo cotidiano o incluso reemplazar los contenidos artísticos? En realidad, es posible.

Ahora bien, la capacidad de construcción a partir de comandos, ha existido desde la invención de la computadora, ¿Por qué es diferente? Bueno, en realidad

la respuesta corresponde a su democratización y facilidad de acceso. Cada momento que pasa, la tecnología de “servicio inteligente” se vuelve un complemento a la vida diaria, y no solo a la complejidad del trabajo o expandir la comprensión humana de su entorno. Por ende, la significación que le damos a la IA es un homólogo de como queremos verla, desde una ayuda o incluso un asistente virtual con capacidad “creativa”, o al menos así lo hacen parecer sus algoritmos de respuesta.

Marissa Mayer, una alta ejecutiva de Yahoo! y ex empleada de Google comentó: “Intentamos construir un espejo virtual del mundo en todo momento”, “Es un error mirar el espejo e intentar romperlo. Cualquiera que sea el problema, internet es un reflejo de ese problema”. (Morozov, 2015, p. 170)

Es bastante interesante la forma en la que se asimila el poder que obtienen las herramientas digitales, incluso para escribir la verdad o reescribirla. Nadie tomará en cuenta un dato —información— si no está primero en la red, aun que este sea falso. Empero, no debería ser una norma que la red tenga una relevancia superior a la construcción de la narrativa, pero influye a tal grado en la misma que incluso impacta más el “problema” generado a partir del evento, que el propio evento en sí.

Internet es aquel espejo del cual se desprenden las realidades asumidas por la sociedad, y que el individuo adjudica a sí mismo como identidad. De manera que, para las artes (en este caso la música de la industria cultural popular), el nivel de reproducción o consumo es priorizado e incluso más debatido que el contenido en sí.

En la personalización de piezas musicales a partir de la IA, el oyente deja de ser externo a la obra y al artista, por lo que se vuelve un creador en simultáneo, empleando herramientas artificiales que perpetúen la ilusión de composición en segundos, aunque el artista haya requerido bastante más tiempo para crear ese material.

Este ensayo ha estado en construcción por algún tiempo, viendo la evolución y sobre todo, analizando si estos matices redactados tienen un sentido fuera de la especulación y tuvo que sufrir modificaciones, ya que la realidad ha encontrado el

camino hacia la personalización musical, solo falta la herramienta masiva para su ejecución al grado de tener múltiples líneas musicales a partir de una sola.

Como señala Gillespie: “Trends promete un análisis matemático y exhaustivo de aquello sobre lo que se está hablando, y al tiempo lo presenta como si se tratara de hechos automáticamente generados y evidentes sobre el debate en cuestión”. (Morozov, 2015, p. 177)

Si desnudamos la premisa vertida entendemos cómo la relevancia dentro de la red genera una nube de ideas, un choque y una difusión masiva de la información, y en realidad, no plantea el “¿qué?” de manera directa, sino otras preguntas indirectas como consecuencia del hecho, del impacto que hablar de esa situación genere en los mercados, la opinión pública y de cómo se relacione con la cultura global.

En noviembre de 2023 se anunció en plataformas digitales la salida de un “single” de una banda que se separó hace más de 53 años “The Beatles”. Paul McCartney (exmiembro y compositor de la famosa banda), dio una entrevista en la que reveló que con ayuda de la Inteligencia Artificial se trabajó en un demo de su excompañero John Lennon “Now and Then”, que se compuso hace más de 40 años, pero por una mala grabación de la cinta, jamás se pudo arreglar en el estudio.

El uso de esta herramienta artificial logró separar la voz y los sonidos de ruido en el demo, para así editarla y lograr que un cantante que murió en 1980 pueda escucharse nuevamente en el 2023. La canción “Now and Then” logró el No.1 mundial en plataformas digitales como iTunes y en Reino Unido en las principales listas de radio, por lo que se convirtió en un hecho histórico. La IA reunió de nuevo a The Beatles, y les dio su último hit a nivel mundial. Ahora bien, la ayuda de esta tecnología facilitó e impulsó la creación de nuevos canones en la música. ¿Será este el parteaguas para el lanzamiento de temas inéditos con remasterización de inteligencia artificial? ¿Podremos entonces escuchar una nueva obra de Freddie Mercury con Queen?

La realidad dentro de este hito no termina aquí, y en el mismo mes de noviembre 2023, otro hecho que por ahora es “polémico” ha golpeado a la industria musical del consumo masivo, y refuerza el uso, presente y futuro de las IA en las

nuevas corrientes artísticas (al menos en la música, para una masa determinada). La plataforma KITS.AI es una herramienta que transforma sonidos y los separa de videos para recrear voces de manera artificial, de modo que puedes convertir un track musical de tu voz, en la de tu artista favorito. Pues el artista FLOWGPT alias de "Maury Senpai", inundo las redes sociales con una serie de canciones creadas por inteligencia artificial usando las voces de los artistas top del momento, y con la reciente salida de "nostalgIA", canción que incorpora voces de artistas como Justin Bieber y Bad Bunny, este último crítico fuertemente el tema, ya que en pocas horas de lanzamiento se volvió trending topic en redes sociales. Muchos oyentes compararon la producción artificial con el lanzamiento mas reciente de Bad Bunny con su nuevo álbum "Nadie sabe lo que va a pasar mañana", aludiendo que la IA hizo un mejor trabajo que las 22 canciones que contiene el trabajo de estudio del artista.

Esto planteó diversas dudas sobre si estaba en juego los "derechos de autor" o "propiedad intelectual" del artista, y hasta ahora, los vacíos legales y la nula capacidad de aplicar la ley hacia una máquina, revoluciona la posibilidad de que estemos demasiado cerca de que no solo el artista independiente pueda crear piezas musicales a partir del mainstream mundial, sino que el oyente común; así como escucha y crea una playlist en Spotify con sus "éxitos" y la nombra a su estilo de vida, podrá "crear" canciones propias con el estilo marcado de sus ídolos de la industria. La transformación y mutación del ser a través de la personalización musical como formas de identidades sonoras, está más cerca de la viralidad y democratización del individuo, ya sin necesidad o conocimiento musical, sino solo con la posibilidad de ejecutar un comando a través de una plataforma inteligente.



## Conclusiones

La identidad del sujeto se ha conformado de manera particular desde la revolución digital, sobre todo en las posibilidades de consumo personalizado. Si entendemos que la industria cultural ha hecho su transición a la revolución mediática, la música popular, en este sentido, podrá ser delimitada en una relación bilateral artista-público. Con la música obtenemos la influencia del “oyente” al posicionar ciertas piezas musicales, apelando más al impacto generado alrededor de ésta, que a su estructura musical *per se*. Anudado a esto, el marketing sobre la producción y posterior reproducción de la obra abstrae la intención del artista, sumándolo a obedecer al gremio que le da “poder” al ser “escuchado”.

Sin embargo, y con las herramientas de la inteligencia artificial, podemos suponer que no pasará mucho tiempo para que plataformas como *Spotify* o la reproducción digital de la música sea alterada por los propios oyentes. Los creadores serán cocreadores junto con quien exige los contenidos, la realidad es que la apropiación musical del colectivo emancipa a los artistas con una nueva forma de generar engagement y retribución del consumo. Así como las redes sociales asociaron nuestros rostros, nuestros gustos y nuestra personalidad en cada una de las aplicaciones de interacción social, llámese Facebook, Instagram, Twitter, etc. —en las que se muestra la identidad dividida por públicos—, expandir el sentido de pertenencia a parámetros sonoros, como incorporar ahora aplicaciones particulares que permitan una personalización musical con obra ya lanzada de artistas, y modificarla a gusto del oyente, será solo un paso más hacia la automatización humana, validada por su practicidad y rapidez de consumo. Por tanto, próximamente tendremos música masificada con la extensión y relación del artista-público, dando obras colectivas auto generables y en constante evolución, cambiantes y adaptables a los contextos culturales y timing global.

La inmanencia no implica una consecuencialidad lógica y necesaria: el presente no contiene al futuro como un despliegue lineal ineludible o como una elaboración consecuencial de implicancias legibles en la realidad actual. La inmanencia es el conjunto de las incontables, posibilidades

divergentes y conflictivas inscriptas en el presente. Podemos describir el estado actual del mundo como una concurrencia vibratoria de múltiples posibilidades. (Berardi, Franco, 2019, p. 24)

La realidad de la configuración artística moderna no interpela que sea la única vía para alcanzar el nuevo canon de estética o la validación de la masa dentro de la industria cultural. Sin embargo, ya forma parte de un todo de posibles vertientes mercadológicas que la propia IA apropiará al margen del consumo ensimismado en innovar lo innovado.

Las herramientas tecnológicas son el espejo idealista de una sociedad enajenada por producir y consumir, de forma que la capacidad de “crear” es más accesible al común social —sin mencionar la NO obligación teórica— y, al mismo tiempo, garantiza más oferta artística, menos inversión económica, y mayor valor agregado a la obra — gracias a la transformación del significante del arte popular. Un avance hacia la personalización del producto cultural construido por el propio sujeto, desarrolla un elemento nuevo a la composición mediática, refiriéndonos a la mutación del público.

Por lo tanto, entendemos ahora la relación estricta en la construcción de piezas musicales personalizadas con un determinismo a partir del contexto planteado por el compositor, simulación de variables para el oyente, que a su vez expande su creatividad quitándole el límite de la obra artística en cuestión, sino logrando una constante producción de resultados amalgamados a su identidad. El significante sobre la apropiación identitaria generada por el propio oyente es consecuente si y solo si, la característica que lo precede es conformada por la realización de la inteligencia artificial. Esto es, la directriz en la que el compositor desarrolla material musical se conecta a través de un medio inteligente que arma el producto final, con la decisión del sujeto, en su condición de “creador”, buscando sentirse representado.

La futurabilidad puede ser rastreada en términos de necesidad absoluta, necesidad relativa o probabilidad, tendencia, imposibilidad y posibilidad. La necesidad absoluta marca las enunciaciones lógicas que son verdaderas hoy y también

habrán de serlo mañana, en la medida que son funciones inscritas en la mente humana y no implican ninguna relación con la realidad externa. (Berardi, Franco, 2019, p. 27)

La futurabilidad se inmiscuye en la realidad digital al abordar como principal herramienta la Inteligencia Artificial, y su vez, alimentándola del gran todo cultural. Por ende, entendemos la primicia del ser individual de pertenecer al colectivo, forjándose en sí mismo una idea del ¿Quién? y del ¿Qué? De manera que, en el sentido que funcione la industria cultural para generar significados de identidad, obtendremos que se relativiza la “necesidad” de la validación social.

Ahora bien, la incorporación de más plataformas inteligentes a las artes, en este caso la música, potencia la creatividad humana, y rentabiliza el consumo propio de los productos artísticos. En sentido bajo los parámetros y algoritmos sociales del contexto moderno, el compositor expande su jerarquía en la creación artística, logrando una triada entre el público activo, la inteligencia artificial y el artista en sí mismo. Nos enfrentamos a nuevas formas de consumir, apreciar y retroalimentar el arte masificado, de manera más eficaz y de manera sencilla se le otorga al individuo una herramienta incorporada en su inmediatez.

El cierre de este escrito prepondera una racionalización de la capacidad de los sistemas de inteligencia artificial para ser el medio de producción por el cual se innove el sentido de identidad digital, todo a partir de la reproducción del producto deliberado por el o los artistas. La sustentabilidad de la evolución virtual nos supone interiorizar la existencia de un servidor con respuesta inteligente a nuestras necesidades, incluso suponiéndolas por una métrica de comportamiento. La IA ha sido nuestra nueva lógica hacia donde el curso humano llevará su originalidad de crear, o reestructurar la realidad cultural. En este caso, la personalización de la música popular será mas una necesidad latente por el consumo, que una inherente satisfacción artística. De cualquier modo, la tesis del cambio nos exhorta a aceptar la variable, desarrollarla y automatizarla para el uso común. Estamos ante una estructura de la virtual que plasma en a la realidad, la nueva meta narrativa de lo ideal.

## Bibliografía

Adorno, T. W., Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Editorial Trotta, S. A., Madrid.

Berardi, Franco. (2019). *Futurabilidad: La era de La impotencia y el horizonte de La posibilidad*, Caja Negra Editora, Buenos Aires

García E., M. (2015). La situación social de la música en Theodor W. Adorno, *Revista Ciencias y Humanidades, volumen I*, pp. 151 – 192, Colombia.

Horkheimer, M. (1973). *La crítica de la Razón Instrumental*, Editorial Sur, S. A., Buenos Aires.

Marcuse, H. (2010). *Razón y Revolución*, Alianza Editorial, España

Morozov, E. (2015). *La locura del solucionismo tecnológico*, Katz Editores, Madrid

Ramírez Paredes, J. R., (2006). Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social. *Sociológica*, 21(60), 243-270, Ciudad de México

Scherer, K., Zentner, M. (2001). *Music and emotion: theory and research*. Oxford University Press, (pp. 361–392), Oxford