

● Michael Bull  
Brighton (Reino Unido)

Solicitado: 10-07-08 / Recibido: 24-09-09

Aceptado: 28-10-09 / Publicado: 01-03-10

DOI:10.3916/C34-2010-02-05

# iPod: un mundo sonoro personalizado para sus consumidores

iPod: a Personalized Sound World for its Consumers

## RESUMEN

Por primera vez desde el nacimiento de la cultura industrializada, más de la mitad de la población es capaz de personalizar cualquier parte de su entorno gracias a un reproductor de MP3 o a través de un teléfono móvil. El consumo de sonidos mediados tecnológicamente durante los siglos XX y XXI representa una forma cada vez más importante de «estar-en-el-mundo»; el «yo» reclama un territorio sonoro móvil a través de una especie de «compuerta sensorial» que le permite filtrar los sonidos que no le interesan y crear el paisaje sonoro que más le satisface. El placer sin límites que supone crear un mundo sonoro móvil de carácter privado plantea, para la teoría urbana y cultural, un conjunto de problemas teóricos que tienen que ver con la relación con los espacios en los que nos movemos, la naturaleza y el significado del espacio público y privado, el potencial de la estetización de lo urbano, y la incomunicación de la ciudad. También cuestiona el conocimiento de las tecnologías que se usan para mediatizar gran parte de la experiencia cotidiana. En este artículo se analiza el uso del iPod como soporte tecnológico para los consumidores. Se basa en las respuestas de más de un millar de usuarios entre 2004-05. Plantea que el uso del iPod puede ser interpretado positivamente si se considera como una forma de toxicidad placentera en la que bajo el mundo «totalmente mediatizado» de los usuarios subyace un anhelo de experiencia no mediatizada –de acceso directo al mundo y a las emociones de cada uno.

## ABSTRACT

For the first time in industrialised culture, over fifty percent of the population possesses the ability to privatise whatever environment they might be in through the use of a dedicated MP3 player or through a mobile phone with MP3 capabilities. The consumption of technologically mediated sound in the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries represents an increasingly significant mode of 'being-in-the-world' in which the 'self' claims a mobile and auditory territory for itself through a specific form of 'sensory gating' permitting the user to screen out unwanted sounds through the creation of their own seductive soundscape. The untrammelled pleasures of creating a privatised mobile soundworld resonates through urban and cultural theory posing a set of interrelated theoretical problems relating to both our relation to the spaces we move through, the nature and meaning of public and private space., the potential for urban aestheticisation, urban retreat and withdrawal. In this paper I discuss the use of Apple iPod in terms of its use as a technological support system of users. The paper draws upon the Internet responses of over one thousand iPod users worldwide between 2004 and 2005. The paper investigates the specific nature of auditory mediation that use entails. It argues that iPod use can usefully be interpreted as a form of pleasurable toxicity within which the 'total mediated' world of users lies a dream of unmediated experience - of direct access to the world and one's emotions.

## PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Mediatización, toxicidad, sentido de fraternidad, filtrado, música, mp3, movilidad.  
Mediation, toxicity, we-ness, filtering, music, mp3, mobile.

◆ Dr. Michael Bull es catedrático del Departamento de Medios, Cine y Música de la Universidad de Sussex en Brighton (Reino Unido) (m.bull@sussex.ac.uk).

«Me siento como aislado de la sociedad si no tengo el móvil, pero estoy como desconectado de una parte de mí mismo si no tengo el iPod» (usuario de iPod). «No se puede infravalorar lo importante que es tener toda la música disponible en cualquier momento. Me da un nivel de control emocional sobre mi vida sin precedentes» (usuario de iPod). «Escuchar música me hace sentir mejor con mi entorno. Usar un iPod evita que me sienta agobiado por estar todo el tiempo rodeado de otras personas, y me hace ser más sensible o sentir empatía o más seguro, o cualquier otra cosa que necesite sentir en un momento determinado» (usuario de iPod). «La música mitiga la desolación de lo más profundo del ser... es lo que llena el tiempo vacío» (Adorno, 1976: 48).

Durante los siglos XX y XXI ha habido un acercamiento progresivo hacia la música gracias al abanico de tecnologías de la comunicación de carácter fordista, tales como la radio o la música ambiental, que crean entornos auditivos uniformes para los consumidores, o a través de tecnologías hiper-post fordistas tales como los «walkmans» y los iPods, a través de los cuales, con la ayuda de un par de auriculares, creamos paisajes sonoros individualizados y móviles.

La era de la reproducción mecánica es una etapa de saturación sonora y de colonización de espacios urbanos, tanto privados como públicos. Es una época de redefinición, y también de discusión continua de los significados en relación a la forma en que los individuos habitan los espacios y se emplazan a nivel sonoro. El sonido se extiende en su discurrir por los espacios de la vida cotidiana como ningún otro sentido. El objeto de este artículo es la forma en que la música/sonido se han convertido en un deseo/amenaza constantes durante los siglos XX y XXI. Este texto explica los fenómenos anteriores a través del prisma de la mediación, el solipsismo y lo perjudicial para la salud, lo tóxico, atendiendo sobre todo al uso contemporáneo del iPod<sup>1</sup>. El debate se centra en la confluencia del placer, el espacio personal, el movimiento y el deseo.

El desarrollo de la cultura del auricular, paralelo a la popularidad del «walkman» y luego del iPod, se ajusta perfectamente al modelo de solipsismo mediatizado en el que los usuarios se retiran a un mundo privado de música personalizada (Bull, 2000; 2007). A estos fenómenos remite el término mediación total. La experiencia mediatizada se refiere a la música –la industria cultural– proporcionada a través de auriculares que están colocados en los oídos –directamente en el sujeto que es objeto de la experiencia– mientras que el mundo exterior se sume en el silencio. La experiencia mediatizada resulta ser más «inmediata» para el usua-

rio de un iPod o un MP3 al mismo tiempo que la tecnología del objeto se hace cada vez más invisible. Gracias al uso continuo de tecnologías como el iPod de Apple la inmediatez mediatizada pasa a ser algo completamente natural para el usuario. En la actualidad más de la mitad de la población de los países industrializados tienen un reproductor de MP3, ya sea un aparato específico o un teléfono móvil con características de MP3. La privatización del espacio social es cada vez más común y, por tanto, surge la necesidad de analizar este fenómeno.

El uso de una tecnología de la comunicación debería, no obstante, ser contextualizada dentro del conjunto de estas tecnologías que están por todas partes. Desde el uso de Internet, los videojuegos y las redes sociales hasta la amplia gama de tecnologías de la comunicación móvil que conectan a los consumidores con los ámbitos del comercio, los amigos y los desconocidos, la experiencia mediatizada está pasando a ser algo cotidiano para muchos. Esto se materializa en la fabricación, el marketing, y el uso de estas tecnologías de la comunicación, que tienen como objetivo prioritario la mediación total –o conectividad 24/7– 24 horas al día, 7 días a la semana. La naturaleza y el significado de esta conectividad mediatizada van desde lo útil a lo gratificante para el usuario (Bogost, 2007; Castells & al., 2007; Goggins, 2006; Ito & al., 2005; Katz & Aakhus, 2002). La noción de lo perjudicial para la salud se encuentra implícita en esta conectividad 24/7. Lo perjudicial se refiere a la transformación de la subjetividad a través del uso de nuevas tecnologías de los medios que atraen un halo negativo porque su uso generalizado reduce potencialmente la capacidad de los sujetos de desconectar de ellos y de su aura embriagadora, lo que conduce a las personas a lo que Rheingold y Kluitenberg (2006) denominan como una forma de «toxicidad» social. En el análisis que ellos hacen de este concepto no lo relacionan con algo positivo; sin embargo, en las páginas siguientes se propone un acercamiento a lo sonoro que puede ser perjudicial con algunos matices. El placer tóxico se refiere a la satisfacción que conlleva el continuo aislamiento y la recreación estética que surge de la creación constante de entornos sonoros privados de lo que, no obstante, se derivan consecuencias sociales en lo que referente a los espacios de la ciudad<sup>2</sup>.

### 1. La naturaleza seductora del sonido

Los usuarios habituales del iPod de Apple reivindican para sí mismos una parcela sonora móvil que a través de una «compuerta sensorial» específica les permita filtrar los sonidos que no les interesan para crear su

propio «paisaje sonoro». Los usuarios del iPod viven dentro de una matriz de sonidos mediatizada y continua, en la que cada usuario habita un mundo auditivo distinto. En la mayoría de los casos, los usuarios están muy satisfechos con estos procesos de «filtrado». Por lo general, comentan que el iPod es su tecnología móvil predilecta; les hace sentir muy bien consigo mismos cuando construyen su propia burbuja sonora. Los usuarios usan permanentemente el iPod de Apple; muchos de ellos se ponen los auriculares cuando salen por la puerta de casa y sólo se los quitan cuando llegan a su destino.

Tradicionalmente, el oído se ha considerado como un sentido pasivo que permanecía abierto continuamente al mundo; la introducción de los auriculares refuerza este sentido precisamente porque permite a los usuarios elegir el paisaje sonoro que quieren escuchar. Este potencial de las tecnologías como el iPod de Apple permite a los consumidores rediseñar su mapa auditivo, aunque sólo puedan hacerlo gracias a la tecnología del propio iPod. Esta atribución de poder crea dependencia. Los usuarios descartan los sonidos que no les interesan para tener más control u ordenar su vida cotidiana. El filtrado es una estrategia de control del conocimiento en alza hoy en día. Las tecnologías como el iPod actúan como un dispositivo «delimitador», haciendo posible un modelo específico de representación sonora. Los usuarios de iPod, por ejemplo, organizan su mundo sonoro «atenuando estímulos de un campo sensorial [mientras que] se potencia la información que viene a través de otro canal» (Geurts, 2002: 234). Turkle (2006) se ha referido recientemente a esta forma de conexión continua como una manera de «unión» del sujeto a las tecnologías de los medios de comunicación. Esa «unión» del sujeto a las tecnologías del sonido tales como el iPod puede ayudar a entender el sentido de las otras personas con las que se comparte el espacio urbano, y también puede ayudar a comprender el propio paisaje urbano sonoro. El filtrado sonoro se convierte entonces en un patrón para el resto de la experiencia urbana. Ese filtrado sensorial es esencial para describir las particularidades de la vida cotidiana: «Las orientaciones sensoriales, por tanto, representan una dimen-

sión crítica de cómo «la cultura y la psique se retroalimentan una a la otra» y juegan un papel decisivo para los intereses de las personas en relación con las dinámicas intersubjetivas y las fronteras entre el individuo y los otros» (Geurts, 2002: 236).

El filtrado sonoro como tal se convierte en algo completamente natural para los usuarios en tanto que cada vez hay más partes de la experiencia cotidiana que son mediatizadas a través del uso de las tecnologías de la comunicación:

- «He llegado a la conclusión de que el hecho de que la música se pueda llevar de un sitio a otro es esencial en mi vida. Me llevo el iPod cuando voy a darme un baño relajante. Si mi compañera está viendo la televisión lo escucho mientras hago la cena. Lo uso cuando me duermo» (Ben).

**Los usuarios del iPod están al mismo tiempo conectados y desconectados del mundo urbano que habitan. Conectados a través del uso del iPod mientras que están desconectados simultáneamente del mundo en que viven. En ese mundo totalmente mediatizado del iPod descansa el anhelo de una experiencia no mediatizada, de acceso directo al mundo y a las emociones de cada uno. La inmediatez mediatizada pasa a ser algo totalmente natural para el usuario, el iPod funciona como un «Sherpa» digital que le acompaña de forma segura en los espacios y tiempos de la vida cotidiana.**

- «Ahora escucho música cuando puedo. Al ir o volver del trabajo, en el trabajo, de vacaciones, en el tren o en el avión, incluso en casa cuando no quiero molestar a mi compañero. Cualquier canción que quiero escuchar está al alcance de mis manos en cualquier momento» (Susan).

- «Entonces empecé a llevarlo —el iPod— cuando iba a la compra. Lo hacía para controlar mi entorno y hacerme insensible a todo lo que estuviera a mi alrededor. Lo que me pareció interesante fue que cuanto más llevaba el iPod menos quería relacionarme con desconocidos. He llegado al punto en que no establezco contacto visual. Me siento como encerrada en una burbuja... La gente se convierte más en una elección cuando llevo el iPod» (Zuni).

- «Me gusta escuchar sin que me interrumpen, y si me interrumpen me siento un poco como si me asal-

taran. Escucho el iPod cuando estoy solo. Es mi tiempo y mi espacio, y cualquier interrupción invade el tiempo que dedico a mí mismo» (Matt).

- «No quiero que nadie me moleste cuando estoy escuchando. No me interesa hacer nada excepto escuchar música cuando tengo los auriculares puestos» (Wes).

La experiencia de continuidad está suscitada frecuentemente por el uso del iPod gracias a lo que los usuarios construyen burbujas sonoras a su medida mientras viven en contacto diario con los productos de la industria cultural. Haciendo esto, se apartan de lo que sucede en la vida cotidiana y permanecen inmersos en su utopía sonora privada en la cual no hablan, pero oyen, permanecen en silencio y silencian todo lo

trabajar fuera es algo positivo porque sé que tengo muchas horas de escucha ininterrumpida, ejercicio, aire fresco, y ninguna preocupación del trabajo... La canción 'Everyway that I can' de Serb Erenner hace que me emocione por alguna razón» (Sam).

La experiencia no-mediatizada produce un sentimiento de vulnerabilidad en muchos usuarios. Este sentimiento de vulnerabilidad tiene que ver con su propia corriente de conciencia, que es percibida como imposible de controlar, y los estados cognitivos que se asocian a ella. El control del conocimiento está unido a la mediación tecnológica en la cultura del iPod. El uso del iPod permite a los usuarios llenar períodos de «no-comunicación» con sonidos entrañables que conocen y les reconfortan.

**Los usuarios del MP3 viven en un mundo de fraternidad mediatizada. Theodor Adorno acuñó esta frase cuando argumentaba que el consumo de música reproducida mecánicamente funcionaba como un sustituto eficaz de una conexión anhelada y de la que la cultura moderna carecía. «El sentido de fraternidad» se refiere a la sustitución de las formas de experiencia tecnológicamente mediadas por la experiencia directa.**

demás, y atraviesan la ciudad, mientras experimentan una escucha «a salvo», y permanecen protegidos cognitivamente de los sucesos del mundo.

## 2. Los placeres perjudiciales derivados del uso del iPod

La cultura del iPod representa el deseo de una experiencia continua e ininterrumpida como algo esencial para el devenir urbano de los usuarios. Este afán por conseguir un sentido de continuidad reforzado a nivel subjetivo es posible gracias al iPod. Esto permite que los consumidores puedan conectar lugares y estados de ánimo gracias a la inmediatez temporal de los sonidos del iPod. Los usuarios consideran a menudo que les falta algo si no escuchan el iPod. Cuando viven sin la mediación del mundo sonoro íntimo del iPod cuentan experiencias no muy agradables: «[El iPod] te quita el miedo interior. Por ejemplo, cuando tenía que trabajar en el jardín normalmente me deprimía porque me ponía a divagar. Ahora, con el iPod,

## 3. El sonido construye la ciudad

En tanto que los usuarios del iPod se mueven por la ciudad, la experiencia urbana se convierte en sinónimo de experiencia tecnológica. La tecnología como medio de organización sirve para mediatizar su percepción casi de forma intuitiva. La estética de la calle es muy audiovisual y en ella los usuarios son transportados de unos espacios cognitivos y físicos a otros gracias a la capacidad organizativa del sonido

privatizado que les ofrece la posibilidad de crear una realidad de la ciudad que les satisfaga estéticamente.

Los usuarios del iPod pretenden crear un mundo sonoro privatizado, que sea acorde con su estado de ánimo, sus tendencias y su entorno, y que les permita redefinir espacialmente la experiencia urbana a través de un proceso de estetización personalizado. Esta apropiación estética del espacio urbano se convierte en una estrategia muy efectiva en el intento de crear una red sólida de lo mediado y lo privado, que haga posible virtualmente cualquier experiencia en cualquier punto geográfico a conveniencia. Así se fomenta una ilusión de omnipotencia gracias a la cercanía y la «conectividad» mediadas derivadas del uso del iPod.

Jason tiene 35 años; vive en Nueva Orleans y trabaja en distribución de contenidos audiovisuales en la web. Está casado, tiene un niño pequeño y tiene un iPod desde hace más de un año, nunca antes había tenido un reproductor de música móvil: «El mundo parece mejor; estoy más sensibilizado hacia las cosas

incluyendo a la gente que me encuentro y a mis pensamientos en general. A veces proyecto el contenido de las canciones hacia la gente mientras que estoy escuchando. Por ejemplo, puedo recordar perfectamente una vez que escuchaba la canción de U2 «Stuck in a moment» y miraba a alguna gente que tenía a mi alrededor en una cafetería, veía la mirada de ansiedad en sus caras y de angustia en general. Quería darles un abrazo y decirles que todo iría bien... Miré a otra gente y me sonrieron, casi como si supieran lo que estaba pensando... es como si dividiera el mundo entre aquéllos que entendieron el mensaje de Bono y los que no. No soy un devoto de Bono ni nada parecido; simplemente era la primera vez que escuchaba de verdad la letra de la canción. Es un momento muy privado (en público)... es difícil de explicar, pero cuando decía la frase «Sé que es duro, pero nunca acabas de conseguir lo que en realidad no necesitas» es como si se hiciera realidad para mí. Ha habido muchos momentos surrealistas como ese escuchando música en el iPod mientras contemplaba el mundo... es como ver una película, pero estando dentro».

Referirse a la experiencia del iPod como algo parecido a una película es algo frecuente, aunque puede ser interpretado de distintas formas (Bull, 2000). El testimonio de Jason se refiere al mundo en que vive como si formase parte de una película. La canción de U2 sube el ánimo de Jason. Escuchando la canción se da cuenta de lo superfluo de la ética del consumismo tal y como Bono lo cuenta y aparentemente ésta aparece personificada en las caras de los infelices consumidores de la cafetería. La letra de la canción parece describir lo que saben los otros, que es imaginado visualmente e interpretado por Jason. El fundamento estético sirve para elevarlo por encima de los problemas mundanos, colocándolo en una posición de intérprete privilegiado del mundo a la vez que se mantiene distante. En el acto de la interpretación Jason está en silencio, impenetrable para los demás. El silencio protege al sujeto urbano de «la dura realidad del mundo». Es este silencio el que promueve tanto el aislamiento como el surgimiento del yo; la riqueza de lo íntimo contrasta con lo anodino del mundo exterior. El flujo de gente que se mueve por la calle es distinto de aquellos que están sentados o se arremolinan en una cafetería. La cafetería es también un lugar de charla, de conversaciones robadas, en el que podemos estar expuestos de alguna manera. El testimonio anterior del uso del iPod vuelve a imponer lo puramente visual sobre la actividad de los otros para hacer que signifiquen; aunque sean imaginarios, son otros. Jason, desde su visión «ilustrada» está diciendo en esencia «Si

podieseis escuchar lo que yo escucho, entonces también os transformaríais». La visión ilustrada de Jason es sin embargo un punto de vista silencioso y privado del cual los demás permanecen al margen mientras deambulan por el mundo. Las revelaciones privadas de Jason, no obstante, lo refuerzan a nivel cognitivo, y potencian su manera de ser y estar; se convierte en una especie de «maestro audiovisual» del mundo: «A veces pienso que puedo tranquilizar a la gente con sólo mirarla cuando estoy escuchando música. Y a menudo cuando ellos me miran, creo que «cambian», porque reconocen que estoy en una «posición privilegiada».

Jason, en su escucha privada, imagina que deja de ser un lienzo en blanco, una mera superficie que los demás miran sin ningún interés. El significado tiene su origen en él, lo interno se externaliza, se construye gracias a la música y se hace evidente, inmediato. Él se transforma a los ojos imaginados de los otros convirtiéndose en el centro de un universo cognitivo en el cual los demás se ven reflejados –lo que él sabe pasa a ser el estado de ellos–, aunque no estén al tanto de su universo sonoro. La «mirada» sonora podría ser un buen término, según el testimonio de arriba, para ese reconocimiento imaginario que surge del «otro». Jason no es simplemente una parte de ese mundo audiovisual; se convierte en el director, organizando los significados por los que se imagina a los demás como miembros del reparto «con conocimiento». Jason no está solo cuando acumula recreaciones estéticas a través de la creación de escenarios en los cuales los otros desempeñan papeles cómicos de manera inconsciente: «Por alguna razón, las canciones de 'Talking Head' parece que sirven mejor para esto. Por ejemplo, miro a una anciana con bastón, e imagino que canta un verso de la letra de una canción. Entonces voy hacia un adolescente de estilo hip-hop, y canta la siguiente línea. Entonces sí que vuela mi imaginación. A veces me río yo sola; sobre todo si hay una línea especialmente divertida. De verdad que transforma lo que me rodea; me siento como si estuviera en mi propio vídeo musical» (Karen).

Bajo esta conexión virtual hay toda una narrativa de lo inventado en forma de juego en la que los usuarios se mantienen invisibles a nivel cognitivo. Al mismo tiempo, los consumidores personalizan su mundo sonoro en la calle, en su entorno, y en todas partes, y lo impregnan de una intimidad, una calidez y un significado del que de otro modo carecería. El mundo hace lo que ellos desean, y se mueve a su ritmo. Para los usuarios del iPod la calle se organiza según los sonidos previsibles de sus listas de reproducción favoritas: «El

mundo parece más amable, más feliz, hace más sol cuando voy por la calle con el iPod puesto. A veces parece como si estuviera en una película. Como si mi vida tuviese una banda sonora. También quita algunos ruidos de las calles, de modo que todo a tu alrededor se vuelve más tranquilo de alguna manera. Me separa de mi entorno, como si me convirtiera en un observador invisible, que flota» (Berklee).

A menudo la soledad del usuario es considerada en términos de aislamiento en general: «Estoy viviendo en un mundo en que la música está puesta todo el tiempo y las cosas pasan y cualquiera que no pueda escuchar lo que yo escucho no está en ese mundo o está un poco menos conectado con él. Algo pasa en mi cabeza que es para mí y sólo para mí» (Kate). «Veo a la gente como cuando veo una película... hay una banda sonora para todo lo que me encuentro... música que acompaña mis pensamientos sobre los demás. Es como si teatralizara las cosas. Llena el vacío» (June).

Las calles que la gente percibe como en silencio son en realidad todo un complejo de sonidos; la observación de June de que su iPod llena el «vacío» es un signo de cómo experimentan los usuarios el mundo en soledad como algo paralelo al sonido mediatizado —el mundo sonoro no mediado de la sociedad urbana es un lugar donde no pasa nada— que carece de interés, que devuelve al sujeto al mundo de la contingencia, el aislamiento y lo incompleto. La experiencia no mediatizada parece amenazante, el silencio se asocia con ser esclavo del propio conocimiento, que no se puede controlar y está sujeto a la coyuntura. El iPod le ofrece al usuario la posibilidad de transformar su entorno de manera fluida y continua. La mediación le hace sentir completo. «Estetizar», como exponía Marcuse, es simplificar; despojar a la realidad de lo que no es esencial. El principio estético debe ser trascendente de manera inherente; para los usuarios del iPod un componente esencial de esa trascendencia sería el reemplazar la vida urbana, con múltiples ritmos y por lo tanto incontrolable, por los ritmos individuales que puede controlar. La vida urbana, rutinaria, y sin embargo incontrolable, se transforma gracias al uso del iPod creando movimiento y energía para el usuario donde antes no existía. Ami, una mujer de 32 años de Philadelphia que trabaja en el campo del diseño, describe cómo va por la calle con el iPod: «La música va cambiando mi actitud cuando voy por la calle. Si estoy escuchando música melancólica, mi entorno se vuelve un poco más gris, un poco más deprimente, y los desconocidos que veo en la calle parecen como una amenaza. Si estoy escuchando música alegre, los demás parecen más

amables y mi entorno no es tan triste. Aunque vivir en una ciudad es práctico por muchas razones, también puede ser muy deprimente. Para mí es desconcertante ver a un sin techo buscando comida en la basura mientras escucho música. A veces la música es una especie de amortiguador entre la ciudad y yo, y otras veces la música marca un contraste tan fuerte entre lo que estoy escuchando y lo que estoy viendo que es difícil de asimilar. Otras veces, cuando voy andando por la ciudad escuchando una canción muy buena, una que está acorde con lo que me rodea y con lo que siento, es como si fuera la estrella de mi propia película, y me voy pavoneando mientras la escucho».

En los testimonios sobre el iPod relacionados con la experiencia estética es muy frecuente intentar que la calle emule el estado de ánimo al que se llega a partir de lo que se reproduce en el iPod. En el testimonio anterior, sobre la persona sin hogar, que la chica ve, ésta no aparece «estetizada», sino escondida. A medida que Ami habla de su entusiasmo cuando va por la ciudad lo negativo es transformado en positivo. La siguiente persona que responde al cuestionario también destaca esta conquista del espacio en la que el entorno de cada uno se contagia del estado mental del que escucha, mediatizado por su banda sonora: «Es como si la vida fuese una película que ponen exclusivamente para mí. Si escucho música triste, que sólo escucho cuando estoy mal de ánimo (he roto con mi novio, he suspendido, sobre todo malas noticias), entonces es como si todo tuviese una sombra gris a su alrededor, aunque sea un día de sol» (Betty). «El iPod me lleva a un espacio y a un tiempo. A menudo voy hacia la música, por así decirlo. Lo que escucho influye en cómo veo lo que está a mi alrededor. Si estoy escuchando música clásica cuando paseo, la ciudad parece como si tuviera un halo de calma. En otras ocasiones, si tengo puesto 'Range Against the Machine' o algo así, la ciudad parece caótica, enloquecida, demasiado rápida. Lo que escucho siempre afecta a la forma en que veo lo que me rodea» (Freedom).

El uso del iPod no es interactivo en el sentido de que los usuarios construyen fantasías y tienen sentimientos de seguridad precisamente porque no interactúan con los demás o con su entorno. El sonido envuelve al oyente y también recrea y reconfigura los espacios de la experiencia. Gracias al poder que otorga un mundo sonoro privatizado el mundo se vuelve personal, familiar y propio. La imaginación es mediatizada por los sonidos del iPod, que se convierten en un componente esencial en la capacidad de los usuarios para fantasear. Los consumidores a menudo son incapaces de estetizar su experiencia sin la banda sonora perso-

nalizada, que actúa como un estímulo para la imaginación.

En este proceso de estetización, los usuarios del iPod transforman el mundo de acuerdo con su predisposición; el mundo se convierte en parte de una fantasía mimética en la que la «otredad» del mundo se niega en sus distintas formas. Esta es una mecánica esencial para los usuarios del iPod que subjetivizan el espacio— lo consumen, como si fuera un artículo de compra. En el proceso la experiencia directa se convierte en un fetiche. La experiencia tecnológica es experiencia fetiche —la experiencia se convierte en real o hiper-real precisamente gracias a la tecnología— y a través de la apropiación tecnológica. El impulso utópico de transformar el mundo sólo ocurre en el imaginario —en su instrumentalización tecnológica— el mundo permanece intacto. Los usuarios prefieren vivir en este espacio tecnológico en el que la experiencia está bajo control —manejada y plasmada estéticamente— mientras que la naturaleza contingente del espacio urbano y del «otro» es rechazada.

Tradicionalmente la estetización de la experiencia se ha considerado no sólo como algo placentero, que seguramente lo sea, sino también como algo intrascendente en el sentido de que el objeto que es observado permanece intacto—inmaculado; «Desde el punto de vista estético, la ciudad es un espectáculo en el que el valor del entretenimiento invalida cualquier otra consideración» (Bauman, 2000: 168). Sin embargo, lejos de ser intrascendente, esta manera de estetizar la experiencia urbana implica aspectos cognitivos y morales. La estetización de la experiencia sigue siendo asociativa —y mientras los sujetos estetizados permanecen intactos— el impulso de estetización destaca los valores subyacentes de los usuarios en su relación con lo «otro» y los espacios por los que pasan. Las prácticas estéticas de los usuarios del iPod ayudan a comprender lo que significa «compartir» el espacio urbano con los demás desde una burbuja auditiva, inmune a los sonidos de los otros.

Aunque algunos de los usuarios del iPod afirman que disfrutan de la vida en la ciudad, lo placentero de la ciudad se experimenta de manera mediada en realidad. La ciudad es percibida a través de los productos de la industria cultural en forma de música, libros auditivos o el iPod: «El iPod condiciona mi ritmo, me ayuda

a encontrar ese estado. Viajo sobre todo a Nueva York o a Londres. Tengo una lista de reproducción exclusiva llamada «Estado Mental de NY» que incluye mucha música rap de Nueva York y Jazz de la Costa Este. Hay algo de Nueva York en las letras de las canciones, pero también incluye la sofisticación, lo provocativo y la energía del lugar» (Sami).

El significado de los lugares de la ciudad se deriva de las listas de reproducción de los usuarios. Lo cosmopolita pasa a ser una realidad ficticia que existe en las mezclas de los iPod, a menudo eclécticas, en la colección de música de los usuarios. Para muchos de ellos lo bueno de la ciudad no se consigue a través de la relación con los demás que «alteran» y «apartan» su energía, sino más bien por escuchar música, que les recuerda cómo es en realidad vivir en la ciudad. Es un cosmopolitanismo mediatizado inserto en el iPod.

Los usuarios del iPod desarrollan también una alta sensibilidad hacia la existencia mundana de los demás en el espacio público. El ruido de la «otredad» se extingue y con él la «rareza» de lo ajeno.

### Los placeres perjudiciales que provoca uso del iPod afectan a nuestra manera de entender cómo es la vida urbana —lo que históricamente ha sido un espacio compartido con otros— que ahora es cada vez más un lugar para disfrutar de la desconexión de los demás.

Para Wes, un programador de 24 años de América, esto llega hasta el «tono y el timbre» de las voces de otras personas: «Cuando estoy con otra gente en un sitio público la música me sirve para bloquearlos. Para empezar, la gente no suele acercarse tanto a los que llevan auriculares. En segundo lugar, las pequeñas conversaciones y la charla me ponen de los nervios y no quiero meterme en la vida de otras personas o en sus conversaciones directa o indirectamente. El tono y el timbre de las voces de alguna gente también me parece terriblemente desagradable» (Wes).

Cuanto más quieren los usuarios permanecer en un espacio auditivo privado que controlan, más sensibles se vuelven a la naturaleza contingente del mundo de todos los días, que pretenden dejar al margen. Tracy, una escritora de guiones de 32 años que vive en Phoenix, Arizona, es un buen ejemplo de esas estrategias de exclusión urbana tan extendidas. Tracy es pio-

nera en el uso de la tecnología MP3 y tiene un reproductor desde hace cuatro años. El control es un concepto muy importante en la descripción que hace Tracy de cómo usa las tecnologías móviles. Describe el iPod como una «herramienta» que le permite controlar el lugar en el que se encuentra. Tracy usa el iPod continuamente en el trabajo o en cualquier parte, «Desde que soy escritora, estoy casi todo el tiempo sola. Si pudiera, no me quitaría los auriculares en todo el día. Escuchar música en el trabajo hace que sea un poco más llevadero. Me he ido de trabajos en los que no me permitían escuchar música». A Tracy la música le sirve de compañía para la mayoría de sus actividades diarias. La necesidad y el deseo que tiene de contar con un acompañamiento musical para una gran parte de las actividades que realiza es algo que ella ve como perfectamente normal cuando habla del iPod. La música conecta con su estado de ánimo y con lo que hace, mientras que, por ejemplo, para trabajar en el jardín, dice que necesita música con «un tempo más rápido. Una sonata de Mozart no me va a motivar». La continuidad en la escucha es una manera de organizar los ritmos del día; implica un aislamiento para gente que usa el iPod como Tracy. Si se ve obligada a interrumpir la escucha, dice lo siguiente, «Si tengo que apagarlo por alguna razón con la que no contaba es como si invadiesen mi intimidad». La ruptura de su burbuja sonora representa el reconocimiento de la fragilidad del poder auditivo.

La interrupción se asemeja a tocar un nervio que está a flor de piel— el fluir de sonidos personales aleja a los usuarios del mundo físico que algunos consideran como oculto o al menos como «que no está realmente ahí». Cuando se vuelve al mundo real de los demás de manera involuntaria o repentina, siempre es algo desagradable. «En América, la gente normalmente habla alto y son maleducados y a veces es difícil concentrarse. En Phoenix, tenemos un montón de inmigrantes mexicanos. No aprenden inglés y no controlan a sus hijos. Creo en el respeto mutuo en los espacios públicos. Cada vez era más difícil ir a comprar sin que me asaltara un aluvión de niños gritando en español. El iPod me permite filtrarlo. Ahora estoy más tranquila cuando voy de compras. Con el iPod puedo hacer la vista gorda a la falta de educación. Utilizar el iPod me ayuda a controlar la concentración. Desde que estoy habituada a la música, puedo dejar que penetre libremente hasta lo más profundo de mi conciencia» (Tracy).

Precisamente Tracy alcanza un estado de equilibrio porque se encierra en sí misma; Sennett (1990: 44) describía esta forma de conducta como una repre-

sentación de «un síntoma precoz de la dualidad de la cultura moderna: alejarse de los demás gracias al auto-dominio».

El iPod puede ser entendido como un mecanismo de filtrado que permite a usuarios como Tracy permanecer ensimismados gracias a la negación de lo «desagradable» y contingente del espacio urbano. Si en la política social predomina la proximidad y de acuerdo con esto en los lugares públicos se hacen distinciones de género, están basados en consideraciones raciales y diferencias de clase (Massey 2005); entonces el uso continuado de tecnologías como el iPod elimina la naturaleza diferencial de estos espacios.

#### 4. Conclusión

Los usuarios del MP3 viven en un mundo de fraternidad mediatizada. Theodor Adorno acuñó esta frase cuando argumentaba que el consumo de música reproducida mecánicamente funcionaba como un sustituto eficaz de una conexión anhelada y de la que la cultura moderna carecía. «El sentido de fraternidad» se refiere a la sustitución de las formas de experiencia tecnológicamente mediadas por la experiencia directa. Según Adorno la música permite al sujeto trascender la naturaleza represiva del mundo social precisamente integrándose a sí mismo de manera más completa en el día a día gracias al consumo de música. La música supone tanto un sueño como una atadura para los individuos. La proximidad sonora mediatizada —la música que sale directamente de los auriculares al oído del sujeto— contribuye a este estado de fraternidad produciendo «una ilusión de inmediatez en un mundo totalmente mediatizado, de proximidad entre desconocidos, la amistad de aquéllos que llegan a sentir el verdadero esfuerzo de la lucha de todo contra todo» (Horkheimer & Adorno, 1973: 46).

Adorno percibía al sujeto urbano como cada vez más dependiente de formas de compañía mediatizadas con las que vivir; «concebamos una serie que va del hombre que no puede trabajar sin el estruendo de la radio a aquél que mata el tiempo y la soledad llenando sus oídos con la ilusión de «estar con» no se sabe qué» (Adorno, 1991: 78). Los iPod de Apple parecen ser la tecnología post-fordista que eligen los que están afeerrados a la noción de «fraternidad», pero una «fraternidad» que subraya la individualización del paisaje sonoro en mayor medida que el modelo fordista analizado por Adorno.

Los usuarios del iPod están al mismo tiempo conectados y desconectados del mundo urbano que habitan. Conectados a través del uso del iPod mientras que están desconectados simultáneamente del mundo



en que viven. En ese mundo totalmente mediatizado del iPod descansa el anhelo de una experiencia no mediatizada, de acceso directo al mundo y a las emociones de cada uno. La inmediatez mediatizada pasa a ser algo totalmente natural para el usuario, el iPod funciona como un «Sherpa» digital que le acompaña de forma segura en los espacios y tiempos de la vida cotidiana.

Los placeres perjudiciales que provoca el uso del iPod afectan a nuestra manera de entender cómo es la vida urbana –lo que históricamente ha sido un espacio compartido con otros– que ahora es cada vez más un lugar para disfrutar de la desconexión de los demás.

### Notas

<sup>1</sup> El siguiente artículo está basado en el uso de datos en forma de entrevistas cualitativas a través de Internet a más de un millar de usuarios del iPod de Apple en todo el mundo en los años 2004 y 2005. Para información más detallada acudir a Bull (2007).

<sup>2</sup> Lo tóxico es normalmente considerado como algo molesto en relación con el uso del teléfono móvil, como en el siguiente caso: «Una buena amiga vino de Londres para pasar la noche juntas. Me enfadé muchísimo, porque se pasó todo el tiempo llamando a su novio cada cinco minutos mientras dábamos un paseo. Cuando ella no lo llamaba, era él el que la llamaba cada diez minutos. Me enfadé tanto que pensé que había venido a Londres a verme y que le podría haber dicho a su novio que parara. Fuimos al cine y él no la llamó. Tan pronto como salimos del cine, ella lo llamó y él no contestó. Siguió intentándolo todo el tiempo. Cuando volvimos a mi piso, me pidió mi teléfono móvil porque el suyo se había quedado sin batería. No podía localizarlo, estuvo con el teléfono tres horas intentándolo. Por fin, llamó a su hermano, que estaba de copas con su novio, había apagado el teléfono» (Sarah).

Sara, una periodista gráfica de 32 años describe la visita de fin de semana de una antigua amiga. Refleja el deseo obsesivo de control y de cercanía; también es un retrato de lo imposible que resulta conseguir esto en un mundo aleatorio en el que conviven individuos. El sujeto llama continuamente «al otro ausente», su novio se deja llevar por un acto compulsivo, invadiendo su espacio y transformando la estancia de ella con Sarah, la cual progresivamente pasa a estar inmersa en un drama de reafirmación y búsqueda. La necesidad constante de reafirmación, y de posesión de la tecnología destruye

la calidad de lo que está presente físicamente porque el usuario tiene la cabeza en otra parte.

### Referencias

- ADORNO, T. (1976). *Introduction to the Sociology of Music*. New York (USA): Continuum Press.
- ADORNO, T. (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London (UK): Routledge.
- BAUMAN, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge (UK): Polity Press.
- BULL, M. (2000). *Sounding Out the City: Personal Stereos and the Management of Everyday Life*. Oxford (UK): Berg.
- BULL, M. (2007). *Sound Moves. iPod Culture and Urban Experience*. London (UK): Routledge.
- BOGOST, I. (2007). *Persuasive Games. The Expressive Power of Video Games*. Cambridge (UK): MA, MIT Press.
- CASTELLS, M.; LINCHUAN QUI, J.; FERNÁNDEZ-ARDEVAL, M. & SEY, A. (2007). *Mobile Communication and Society. A Global Perspective*. Cambridge (UK): MA, MIT Press.
- DE GOURNAY, C. (2002). Pretence of intimacy in France, en KATZ, J. & AAKHUS, M. (Eds.). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: University Press: 193-206.
- HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. (1973). *The Dialectic of Enlightenment*. London (UK): Penguin.
- GOGGINS, G. (2006). *Cellphone Culture, Mobile Technology in Everyday Life*. London (UK): Routledge.
- ITO, M.; OKABE, D. & MATSUDA, M. (2005). *Personal, Portable, Pedestrian. Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge (UK): MIT Press.
- KATZ, J. & AAKHUS, M. (Eds.) (2002). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge (UK): University Press.
- MARCUSE, H. (1978). *The Aesthetic Dimension*. Boston (USA): Beacon Press.
- MASSEY, D. (2005). *For Space*. London (UK): Sage.
- RHEINGOLD, H. & KLUITENBERG, J. (2006). Mindful Disconnection: Counterpowering the Panopticon from the Inside, in *Open II*; 29-36.
- SENNETT, R. (1990). *The Conscience of the Eye*. London (UK): Faber.
- TURKLE, S. (2006). Tethering, in JONES, C. (Ed.). *Sensorium. Embodied Experience, Technology and Contemporary Art*. Cambridge (UK): MA, MIT Press.