

Música i comunicació de masses: una justificació introdutòria

Jaume Radigales
Josep Lluís i Falcó

Jaume Radigales és professor titular de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna i crític musical.

Josep Lluís i Falcó és professor d'Història del Cinema i Llenguatge Audiovisual a la Universitat de Barcelona.

Considering that music is both a language and a means of communication as well as an art, mass media studies cannot exclude music. This article introduces the principal premises of the rest of the articles in this monographic edition.

KEY WORDS: mass media, music, audiovisual languages.

PARAULES CLAU: mitjans de comunicació de masses, música, llenguatges audiovisuals.



La música és una activitat exclusivament humana i que deu la seva raó de ser originària al fet comunicatiu. Efectivament, abans de ser un art, la música va ser comunicació, i continua actuant així en determinats àmbits de les nostres societats. Sense anar més lluny, la seva utilització en els mitjans audiovisuals és més aviat comunicativa que no pas artística.

La música s'entén, però no es pot explicar o, millor, s'explica per si mateixa. Ja hem dit en algun altre lloc que, sent expressiva, no expressa ni significa res *per se*,¹ però és capaç de comunicar per complicitat amb qui la sent/escolta, produint-se un fenomen de comunic(acció) encara poc estudiat. D'aquesta manera, esdevé el llenguatge més abstracte i, paradoxalment (o no tan paradoxalment), el més sensual. Suggerix imatges però no és descriptiva i és el més efímer de tots els llenguatges i de totes les disciplines artístiques, perquè es mou en una única dimensió: el temps.

Fa ben bé una dècada que ens recolzem en Pierre Schaeffer i el seu *Traité des objets musicaux*² per recordar que cal distingir entre sentir, escoltar, entendre i comprendre a l'hora de parlar de com avui ens relacionem amb la música. La nostra realitat, tan fragmentada, ha fet de la música un element més, un "entorn" més de la nostra quotidianitat. Mai com fins ara no havia estat tan fàcil ràpid i barat (fins i tot gratuït) l'accés a tot tipus de música. Però aquí s'ha establert (ara sí) una altra paradoxa: sentim cada cop més però escoltem cada cop menys. Això fomenta un alarmant acriticisme, del que són conscients els responsables de dirigir els gustos de la massa, en forma d'indústries fonogràfiques. I tot plegat ha donat lloc a la multifragmentació d'estils (més de 243 dels que ressenyàvem a *Sobre la música...*),³ tan falsa i fins i tot intranscendent. Però, més, que mai, i no sempre de manera conscient, la música està present en les nostres vides. Recentment, el llibre sobre la música al segle XX d'Alex Ross ha demostrat una vegada més que tenim molt més contacte del que ens pensem amb la música del nostre temps, encara que a primera instància (potser perquè, com dèiem, sentim més que no pas escoltem) la tinguem com a "soroll de fons".⁴

Contràriament, però, al que es podria pensar, la situació és fascinant i engrescadora per a la recerca en comunicació. Mai com ara

1 RADIGALES, J. *Sobre la música. Reflexions a l'entorn de la música i l'audiovisual*. Barcelona: Trípod, 2002.

2 SCHAEFFER, P. *Traité de los objetos musicales*. Madrid: Alianza, 1988.

3 RADIGALES. *Op. cit.*, p.113-114.

4 ROSS, A. *El ruido eterno: escuchar al siglo XX a través de su música*. Barcelona: Seix Barral, 2009.

la música no havia estat tan present en el context dels estudis sobre comunicació de masses i val la pena aprofitar-ho. Música, societat i cultura es donen la mà en una unió inqüestionable. Mai com ara no s'havia parlat de la imbricació i la implicació de la música en una societat que la genera. Cada grup, segment, sector o grupuscle té la seva "banda sonora". Les identificacions de pertinença a un o altre estrat social tenen les seves pròpies músiques i això genera realitats molt complexes però, alhora, extraordinàriament fascinants.⁵ Els comportaments socials a l'entorn de determinades músiques generen infinitat de fenòmens i esdeveniments als quals no podem girar l'esquena, i per això és convenient que els estudis de comunicació tinguin la música com un dels seus objectius.

La recerca en comunicació de masses no pot bandejar la música i ha d'abordar-la des de disciplines tan variades com les que permeten les diferents perspectives sociològiques, antropològiques o estètiques, sobretot tenint en compte que els mitjans audiovisuals actuen ara com a difusors de productes musicals en el context de la cultura de masses.

Avui, la narració audiovisual es construeix a partir de l'associació del visual amb el sonor, i més en concret del fet musical, que incideix expressivament i/o narrativament en el discurs proposat per la imatge. És així com els discursos icònic i sonor es retroalimenten en un mateix context. Publicitat, cinema i televisió contribueixen a fer de la música una eina "audiovisualitzada", cosa que en legitima l'estudi, més enllà de la musicologia, a càrrec de les citades disciplines sociològiques, antropològiques i estètiques. Però també caldria resituar la música en el context actual, i fàcilment, més enllà de la seva delimitació com a art, la podem ubicar en un context inapel·lablement social, que crea vincles com a art, en el context dels mitjans de comunicació i com a element de consum, industrial. Tot plegat no ens ha de fer perdre de vista una certa "democratització" del fet musical, sobretot a partir de l'emergència, consolidació, perfeccionament i sofisticació dels mitjans de reproductibilitat tècnica (des del paleòfon fins a l'ipod; una democratització que, a la llarga, pot acabar tornant-se, segons com, en contra de l'essència de la pròpia música.

Cal anar, però, a pams i mesurar les ambicions i les perspectives d'anàlisi i d'estudi. És amb aquest ànim que la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna-URL (que compta en el seu pla d'estudis amb l'assignatura Música i Audiovisual) ha iniciat una recerca que

⁵ Vegeu, per exemple, MARTÍ, J. *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Sant Cugat del Vallès: Deriva, 2000.

vincula la música amb els mitjans de comunicació amb la més antiga de les disciplines audiovisuals: el cinema. I ho ha fet començant per l'inventari, catalogació i inici d'anàlisi de la situació de la música al cinema espanyol des de 1989 fins a l'actualitat. La denominada Generació del 89⁶ justifica el tall per l'emergència —entre d'altres factors— dels nous sistemes compositius i per l'apogeu de la reproductibilitat sonora, cosa que entronca de ple amb els fenòmens que ha viscut la música del nostre temps al marge de la seva vinculació amb l'audiovisual. Aquesta recerca, que rep el suport del Ministerio de Educación y Ciencia,⁷ ens ha permès prendre contacte amb diverses universitats, centres d'estudis, arxius musicals i filmoteques sensibles al fet musical a partir del cinema. Però no ens podem quedar aquí i és evident que d'altres formats audiovisuals com la televisió, el videoclip o la publicitat mereixen un estudi atent i una anàlisi que no focalitzi la seva metodologia en una única disciplina, sinó que aposti fort per la multidisciplinarietat.

Amb aquest objectiu, aquest número monogràfic aplega articles d'alguns dels membres del grup de recerca (Matilde Olarte, Teresa Fraile i Joaquín López) a banda d'altres pertanyents a diversos estudiosos de la matèria que, des de perspectives diverses, l'han abordada o l'estan treballant per a grups de recerca semblants al nostre. Calia començar amb un estat de la qüestió, i l'article de Joaquín López inventaria el panorama a partir de la feina feta gràcies a plans d'estudis, publicacions i entitats acadèmiques i no acadèmiques. Eduardo Viñuela contribueix a situar la música en el context de les societats contemporànies a partir de la imatge (est)ètica de la ciutat resseguible a través dels videoclips. Raúl Rodríguez no oblidia el paper que la música mal anomenada "clàssica" segueix tenint encara en els mitjans audiovisuals, especialment televisius i publicitaris. El cinema i la situació dels compositors i els nous sistemes de producció a l'Estat espanyol són objecte d'estudi de Teresa Fraile. Per la seva banda, Matilde Olarte aposta pel paper de la música en els formats televisius de ficció i no ficció. Richard Wakefield vindica el paper que la música ha tingut en la publicitat televisiva espanyola en els darrers anys, i finalment Marta Delatte, Pol Crehueras i Cristian Palazzi situen la música en els formats audiovisuals experimentals en el context de l'eclosió de la virtualitat.

6 LLUÍS I FALCÓ, J. "El compositor de cine en España: la Generación del 89". *Actas del VI Congreso de la Sociedad Española de Musicología. Revista Musicología*. Vol. XXVIII, núm. 2, p. 1051-1077.

7 *Música y cine en España: recuperación, inventario y difusión de un patrimonio cultural multidisciplinar* (I+D del M.E.C. HUM2007-60280/Arte).

Tot plegat respon a la idea d'elaborar i delimitar un estat de la qüestió al qual han de seguir futures recerques en el context dels nous plans d'estudi de les Ciències de la Comunicació, derivats del nou Espai Europeu d'Educació Superior.