

LA MUSICA EN ESPAÑA, HOY (XIII)

Televisión y música contemporánea

La entrada de la televisión en el mundo de la comunicación de masas ha traído de inmediato la cuestión de cómo utilizar el medio para actividades culturales. Pero tal cuestión, que aparenta preocupar mucho a los círculos políticos e intelectuales, es en realidad un falso problema, ya que recoge solamente la pseudopreocupación tópica de lo socialmente «representativo», de la misma manera que en muchas casas los inquilinos piensan en seguida en reservar alguna habitación para «estudio» (antes se decía «despacho»), donde generalmente no va a estudiar nadie nunca nada; como aquellos comedores que recuerdo de mi niñez, una habitación cuidada, rutilante y prohibida, donde nadie comía



Ramón Barce

Nació en Madrid en 1928. Compositor. Participó en la fundación de los grupos Nueva Música (1958) y Zaj (1964). Autor de un centenar de obras de cámara y orquestales y creador de un nuevo sistema armónico, el «sistema de niveles» (1965).

* BAJO la rúbrica de «Ensayo», el Boletín Informativo de la Fundación Juan March publica cada mes la colaboración original y exclusiva de un especialista sobre un aspecto de un tema general. Anteriormente fueron objeto de estos ensayos temas relativos a la Ciencia, el Lenguaje, el Arte, la Historia, la Prensa, la Biología, la Psicología, la Energía, Europa, la Literatura, la Cultura en las Autonomías, Ciencia moderna: pioneros españoles y Teatro Español Contemporáneo.

El tema desarrollado actualmente es «La Música en España, hoy». En números anteriores se han publicado ensayos sobre *La música española y la prensa*, por Antonio Fernández-Cid, crítico musical y académico de Bellas Artes; *La enseñanza profesional de la música*, por Daniel Vega Cernuda, catedrático del Conservatorio Superior de Música de Madrid; *La música en la escuela*, por Elisa María Roche, profesora de Pedagogía Musical en el Conser-

nunca, y que servía únicamente para mostrarla a las visitas. También la preocupación cultural en la televisión (y me refiero al medio en general, no específicamente a la televisión española) suele ser sólo un «comedor para mostrar a las visitas», donde raramente se hace cultura real. No deja de ser penoso comprobar día a día que los llamados «espacios culturales», habitualmente mal y pobremente realizados, y a menudo dejados al arbitrio de algún personaje oscuro, carecen de altura y además no tienen apenas relación real con la materia de la que dicen ocuparse, ni con su problemática viva.

Esta referencia se hace con respecto a la televisión estatal, en la que la preocupación someramente descrita es, en efecto, un mero tópico. La televisión privada —cuyo único objetivo, por supuesto, es obtener beneficios económicos— normalmente no entra siquiera en esa problemática: lo cultural en sí es radicalmente descartado, salvo que se dé, esporádicamente, alguna de estas circunstancias: a) que se trate de algún acontecimiento de los llamados «noticiables»; b) que sirva a los intereses políticos del grupo propietario; c) que, directa o indirectamente, sea económicamente rentable; d) que constituya un capricho o compromiso ineludible de alguno de los propietarios. En todo caso, esa inserción ocasional de un elemento cultural nunca se hace desde supuestos culturales, ni siquiera fetichistas, como puede ocurrir en el caso de la televisión estatal.

El sustrato común y originador de actitudes tan elusivas o negativas con respecto a la actividad cultural es, evidentemente, el público: un público cuya absoluta mayoría no desea ver cultura alguna, y que considera la televisión como un entretenimiento evasivo, hipnótico e intrascendente (aunque, por desgracia, acepta subliminalmente mucho de lo que ve como si se tratase de información objetiva o, en cierto sentido, como «cultura»). Contentar a ese

▷ vatorio Superior de Música de Madrid; *Sobre los derechos de autor*, por Claudio Prieto, compositor; *La iniciativa privada en la música*, por Antonio Aponte, licenciado en Ciencias Económicas y Sociología, y María del Carmen Palma, licenciada en Filosofía y Letras; *Música y nuevos medios electroacústicos*, por Gabriel Brncic, compositor; *Ser intérprete hoy en España*, por Alvaro Marías, flautista, director del conjunto «Zarabanda»; *El pasado en la música actual*, por Miguel Angel Coria, compositor; *El folklore musical*, por Miguel Manzano Alonso, profesor especial de Folklore Musical en el Conservatorio de Salamanca; *Música española en la radio*, por Carlos Gómez Amat, ensayista y crítico musical; *La musicología española*, por Ismael Fernández de la Cuesta, catedrático del Real Conservatorio Superior de Música de Madrid; y *Revistas y medios especializados sobre música*, por Andrés Ruiz Tarazona, crítico musical.

La Fundación Juan March no se identifica necesariamente con las opiniones expresadas por los autores de estos Ensayos.

TELEVISION Y MUSICA CONTEMPORANEA

público, darle lo que quiere y potenciar así el éxito de un canal o cadena —éxito que hoy, en cualquier terreno, se identifica con una adhesión multitudinaria, aunque sea ficticia, ilusoria, precaria— instituye un sistema de retroalimentación en el que esas apetencias inferiores del público son remodeladas constantemente tanteando aportes parciales que permitan la aparente variación de un material que es básicamente siempre el mismo. Podría aplicarse a la evolución de las producciones televisivas exactamente lo que Adorno-Eisler dicen de la música cinematográfica: «Sigue habiendo correcciones de todo tipo, nombres nuevos, ideas en el sentido de *gadgets*, de trucos vendibles que se diferencian suficientemente de los precedentes como para llamar la atención y lo suficientemente poco como para no ofender a ninguna costumbre establecida. Todos los progresos de la cultura de masas sometida a monopolio consisten en lo mismo: el aparato, la forma de presentación, la técnica de transferencia en el sentido más amplio de la palabra, desde la precisión acústica hasta la alambicada forma de manejar al público, deben aumentar proporcionalmente al capital invertido, mientras que la propia cosa, la sustancia..., su material, la calidad de la forma... y su función no se han modificado en conjunto esencialmente» (1). En ese mecanismo de una oferta a la medida de una demanda que ha sido previamente excitada por la publicidad de la oferta misma, sólo hay lugar para los productos ya acreditados por la adhesión del consumidor medio, fabricados además con gran urgencia y acosados por unas vías de suministro en imparable funcionamiento. La cultura viva, necesitada de tiempo y de reflexión, impregnada de riesgo y de agresividad, no tiene en ese mecanismo lugar alguno. Y si algún lugar pudiera tener lo consagrado, hipersabido, académicamente valorado, fetichizado —así, una sinfonía de Beethoven, el centenario de Goya, una biografía de Cervantes—, ningún resquicio puede quedar para lo nuevo, que, como tal, es conflictivo y pone en tela de juicio los sistemas mismos a través de los cuales se manifiesta.

La música como cultura, pues, no tiene, ya de entrada, cabida teórica en el planteamiento de la programación televisiva. Sólo la posibilidad de la música-espectáculo puede tener una oportunidad. Retransmisión de conciertos con grandes orquestas, con divos espectaculares, óperas y ballets. Pero aquí el problema se plantea más agudamente en el terreno de la estructura íntima del medio. Dejando a un lado de momento aquellos casos en los que el ele-

mento visual es el predominante (el ballet), e incluso aquellos otros en los que el ingrediente escénico tiene cierta virtualidad (la ópera), la música soporta mal el «acompañamiento» visual. En la sala de conciertos, la pesada servidumbre de la visión del público, del escenario, de los ejecutantes, se compensa con la presencia vital, sin intermediarios y «en tiempo real», de oyente e intérpretes: como en el teatro, aquel acto único, irrepetible, delicadamente quebradizo, está sucediendo con nuestra participación activa y total. (El aspecto externo de esa vivencia, es decir, el contacto auténtico con personas determinadas en la sala o en el vestíbulo; incluso el más aparential de «ser vistos», cuenta también.) Recordemos que hace años, cuando el disco se propagó vertiginosamente, hubo voces autorizadas que proclamaron la liberación de esas servidumbres visuales: el disco, elegido en el momento preciso y escuchado en un tranquilo rincón de nuestra casa, nos devolvía una música más pura, más íntima, sin la interferencia de actividades y personas intermediarias (adquisición de entradas, sala, luces, organización, movimientos, viaje de ida y vuelta a casa...), ciertamente también existentes en la producción del disco (organización discográfica, estudio, procesos de grabación, prensaje, distribución y venta), pero aniquilados aquí por la refinada e indefinida reproductibilidad benjaminiana. (Señalemos un minúsculo pero significativo rasgo fenomenológico: la adquisición del disco es abismalmente independiente de su escucha, que puede diferirse *sine die*, o no tener lugar jamás... Así esa servidumbre prácticamente se desconecta de la audición y no pesa sobre ella.) El único intermediario, ineludible y válido, el intérprete, no sólo permanece en la «escucha ciega» del disco, sino que aparta de sí igualmente la servidumbre visual, siempre marginal y en muchos casos divergente o perturbadora.

La «escucha ciega» ya había sido valorada y analizada por Rudolf Arnheim en su inteligente libro sobre el arte radiofónico (1936). Arnheim parte del hecho real de la sala de conciertos, donde las servidumbres visuales pueden ser asumidas y hasta cierto punto neutralizadas con un esfuerzo de abstracción por parte del oyente (a menudo simbolizado externamente en el hecho de cerrar los ojos). Ese mismo concierto, transmitido por radio, hace al oyente el regalo de ese esfuerzo ya vencido. Citamos las bellas y precisas palabras de Arnheim: «Muchas personas amantes de la música pueden sustraerse a la contradicción entre las impresiones

TELEVISION Y MUSICA CONTEMPORANEA

visuales y las auditivas. Escuchan con toda tranquilidad, aunque al mismo tiempo estén viendo. Pero incluso ellos, y tal vez precisamente por ello, sentirán una nueva y excitante sensación cuando escuchen, por primera vez, música pura, es decir, sin verla... El sonido de la flauta es tan real y alarmantemente pequeño y perdido en la nada como lo eran los propósitos del compositor al escribir un solo para iniciar su obra... Los cambios en la melodía existen solos y por sí mismos. Tienen lugar acciones móviles y puras. La flauta se halla totalmente sola y, de repente, se le une el oboe saliendo, igual que ella, de la nada, de forma inesperada, como si acabara de nacer, en el preciso momento deseado por el compositor, sin estar *en pausa* preparada de antemano. Así, paulatinamente, se va construyendo la obra musical. Quien no tiene nada que interpretar, desaparece de la escena, no existe» (2).

Ante esa eliminación de lo que era, sustancialmente, servidumbre aparentemente ineludible (*ruido*, en términos de la teoría de la información), la reconstrucción de la escena visual efectuada por la televisión es —dejando aparte la admiración técnica que pueda suscitar— una impertinencia. Se nos devuelve justamente aquello que habíamos conseguido suprimir por perturbador, consecución que significaba también un prodigioso mundo de hallazgos técnicos. Pero se nos devuelve, además, empobrecido por dos circunstancias agravantes y quizá irremediables. La primera es que se nos da la imagen visual, pero *sin nuestra incorporación vital* al instante. Vemos, pero no estamos allí; podemos contemplar formas y luces, colores y sombras, objetos y personas, espectadores o ejecutantes, pero ellos no perciben nuestra presencia ni nosotros podemos actuar en manera alguna sobre ellos. No se ha señalado aún lo suficientemente, creo, la nueva actitud del asistente a un acto que sabe retransmitido por radio y más aún por televisión. Antes, ese espectador se sentía partícipe privilegiado de un hecho único, al que asistía en compañía de un grupo de personas igualmente privilegiadas frente a los miles, millones de seres humanos que quedaban fuera. Ahora esa presencia es ligeramente distinta. Sabemos que el acto va a ser visto a través de la televisión por una inmensa, anónima y esparcida multitud; nosotros somos, ciertamente, asistentes reales al acto, pero ya no tan privilegiados —es uno de los matices presuntamente democráticos con los que Walter Benjamin trataba de valorar positivamente la tecnología de la reproducibilidad (3). Incluso, en cierta manera, *formamos parte del espectáculo*

(y podría darse el caso favorabilísimo de que alguna de las cámaras de televisión captase nuestra presencia, remachando así nuestra condición de partícipes), lo cual, en cierta manera, es *otro* privilegio que nos compensa de haber perdido la pretérita ventaja de ser (con los demás espectadores reales) asistentes exclusivos al acto. En cualquier caso, la imagen televisiva no puede ni podrá nunca —y esta circunstancia es sin duda la irremediable— darnos esa vivencia de espectador ni de partícipe privilegiado.

La segunda circunstancia negativa —y ésta, posiblemente, pueda ser obviada alguna vez— es que la realidad visual que se nos devuelve no sólo no es en absoluto *la nuestra* (es decir: la que tendría por centro topográfico y contemplador nuestros ojos), sino que es arbitraria, convencional, tópica y a menudo falseada. En la retransmisión televisiva del concierto se parte del hecho de que deben mostrarse al espectador casi exclusivamente las fuentes sonoras del espectáculo, es decir, los instrumentos de música y sus ejecutantes (incluido, por supuesto, el director de orquesta o del coro). Este supuesto responde a un esquema digamos de lógica conceptual —se oye tocar un piano, que es además el objetivo de la sesión, luego han de verse el piano y el pianista, en su globalidad y fragmentadamente, incluidas las cuerdas y otras perspectivas imposibles para el espectador real—, pero que olvida toda la realidad fenomenológica. El espectador de un concierto no tiene sus ojos todo el tiempo fijos en el piano y el pianista, o en los ejecutantes de un cuarteto, o en el director y su orquesta. Diríamos mejor que su mirada viaja incesantemente —aunque se detenga a menudo en puntos privilegiados de interés— de una figura a otra, de un rostro a otro, de un objeto a otro, de una zona a otra, incluyendo, desde luego, los espectadores próximos y lejanos, pasillos y pasamanos, lámparas y escalones, molduras y columnas, vestidos, actitudes, gestos, ademanes. Item más, ese incesante viaje por personas, objetos, espacios y rincones despierta forzosamente en el contemplador interminables, confusas y fluidas asociaciones de imágenes, que multiplican de alguna manera los contenidos plásticos de su contorno real. Es decir: la imagen global que el espectador *vive* en el concierto es infinitamente más rica, variada y fluida que la mezquina reconstrucción que las cámaras de televisión puedan ofrecerle. ¡No sería cosa de recomendar al espectador televisivo que, en la retransmisión de un concierto cerrara los ojos como hace a veces en la sala!

TELEVISION Y MUSICA CONTEMPORANEA

Las grabaciones en estudio no mejoran ciertamente la situación ni atenúan estas carencias. Pues las cámaras se encuentran allí desvalidas, rodeadas por paredes desnudas que a su miserable funcionalismo suman el hecho de no sugerir en absoluto la sala de conciertos o el teatro, con lo que la recuperación de lo visual aquí no sería tal, sino más bien mera servidumbre propia del medio. Si el medio es visual, no cabe otra opción que la toma de imágenes, ya sean fatalmente obligadas en diversos grados, como en el caso del estudio o de la retransmisión teatral, ya sean sobreañadidas imaginativamente fuera de todo tipo de reconstrucción, como sería el caso de las filmaciones independientes de las tomas sonoras. Esta posibilidad abre sin duda un campo connotativo de vasta apariencia, si bien de momento no parece que haya pasado de mera ilustración genérica (y en ocasiones gratuita, como ocurre cuando se ilustra una música con paisajes multiuso que no tienen más virtud que su atractivo como tales paisajes); en cierta medida, las filmaciones, más que otra cosa, refuerzan sobreabundantemente la idea de una angustiosa servidumbre originada por la absoluta necesidad de imagen.

No hemos mencionado hasta aquí, pero hemos de hacerlo ahora, el hecho de que existen unas dificultades técnicas que se superponen al esquema convencional de las retransmisiones de que hablábamos antes (¡también hay aquí, como en la programación, un efecto de retroalimentación!), del que son causa y efecto a la vez. La más notoria es la imposibilidad de situar un número suficientemente grande de cámaras como para que las imágenes disponibles fueran, de hecho, indefinidamente variadas (dejemos a un lado la difícilísima, aunque no imposible, síntesis razonable de ese flujo de imágenes que actuara a la manera de una mente humana, la de un espectador cualquiera; dejemos también a un lado la difícilísima, aunque no imposible, interacción de música e imagen; pues en la mente de ese espectador hay momentos en que la música se debilita e incluso desaparece, y otros en que es la imagen la que se anonada). Otro lastre técnico es el de la iluminación. La televisión, y especialmente si es en color, requiere una iluminación muy fuerte, incompatible con la tradicional penumbra de la sala de conciertos. (Aunque tal penumbra, evidentemente, es una convención de tipo teatral que cualquier día puede desaparecer). Incluso, llevando las cosas a una situación extrema, podríamos decir que una transmisión televisiva verdaderamente viva y rica sólo podría

hacerse si se dispusiera libremente de sala y escenario, y de todas las localidades, accesos y espacios para mover las cámaras, con el consiguiente movimiento de personal; esta óptima opción límite marcaría muy vivamente la incompatibilidad del acto (como tal y sin interferencias) con su retransmisión (necesariamente interferente), en un típico efecto Heisenberg de observación perturbadora de lo observado. Recurrir, como se ha hecho en ocasiones, a televisar un ensayo general en vez del concierto resulta aceptable objetivamente; pero queda en la sombra ese «resquemor ontológico» de que lo que se transmitió no fue precisamente el esperado estreno, con su público real, sino un simulacro, aun perfectamente fiel y correcto. Esta reconstrucción ficticia del espacio visual no haría sino acrecentar el ruido (es decir, la información vacía), y podría llevarnos a la *reductio ad absurdum* antes aludida, que, en algún sentido, significa una mayor relevancia del «telón de fondo del universo» (4) en el que el mensaje resultaría drásticamente disminuido.

El cuadro de incompatibilidades entre música viva e imagen quedaría incompleto si, como hemos hecho hasta aquí, contáramos sólo con las carencias (y sobreabundancias inadecuadas) del medio televisivo. En verdad, hay desajustes que provienen de la música misma. Ya Silberman en 1953 había señalado que «el teatro hablado, la ópera y el ballet formarán especialmente el campo de la televisión, pero un tiempo de transmisión dedicado en un 50 por 100 a la música seguirá siendo posible sólo en el campo radiofónico, porque la televisión de pequeños o grandes conjuntos orquestales, de tríos o de cuartetos, de cantantes o de flautistas solistas no presenta ningún interés para la transmisión cinematográfica» (5). Efectivamente, el interés de la aplanada imagen televisiva radica, en una gran medida, en la variabilidad dramática de esa misma imagen (y de sus sonidos concomitantes o coadyuvantes): cambios de plano, de enfoque y de perspectiva, escenarios distintos y contrastantes —por ejemplo, el muy acreditado y brusco salto de interior a exterior, o de oscuridad a luminosidad—, cinética paroxística, diversidad de ángulos, amplias escalas dinámicas de luz, color y sonido, todos los llamados, en fin, A.T. (acontecimientos técnicos). Los programas esenciales de televisión —es decir, la publicidad— utilizan siempre una sobrecarga de A.T. que los hace interesantes ópticamente (y acústicamente de manera complementaria: nótese el aumento del volumen sonoro de los

TELEVISION Y MUSICA CONTEMPORANEA

anuncios con respecto a los demás programas) justamente porque el mensaje es inerte y objetivado (es decir, apenas sufre pérdida de información); cuanto más vital, evolutivo, fluido e intuitivo es el contenido, disminuye gradualmente la cantidad de A.T. hasta la proporción de 10 a 1 (6). La música, como todo mensaje cultural, se emite con un escaso porcentaje de A.T. Y esto no se debe sólo a un mero ahorro de costos en programas que se consideran poco rentables. De hecho, la retransmisión de un concierto apenas soportaría la movilidad que supone la imagen cinematográfica habitual media, y mucho menos la que se aplica en los anuncios (hasta 30 A.T. por minuto). La descomposición de un espacio vital, que en la realidad es fluido y continuo —continuidad y fluidez reforzadas por el mensaje que se emite, que es la música—, en un mosaico de teselas yuxtapuestas y de cambiante intensidad plástica destruiría el espacio visual mismo y con él su contenido, es decir, la música que se trata de retransmitir.

El análisis que hemos efectuado no es una amplificación gratuita del problema planteado; era necesario para alcanzar una perspectiva de las posibilidades de la música en la televisión con un enfoque más comprensivo que el de la situación española en concreto. La escasa adecuación de la imagen a la música (con sus implicaciones) puede considerarse una constante cuando se afronta la retransmisión televisiva. El problema es inherente a la obsesiva visualización universal de la que es muestra la televisión —y no sólo la televisión, sino la inmensa variedad de materiales gráficos que hoy inundan el mercado, en muchos casos con la insensata pretensión de sustituir a la palabra, y generalmente con un casi nulo incremento real de la intelección—. (Imposible no mencionar aquí la ornamental *sobreilustración* de muchas publicaciones, que insertan fotografías, grabados, dibujos, con el pretexto de contribuir al mejor entendimiento del texto; se trata de un material superfluo en la mayor parte de los casos, cuando no de un factor desvirtuador del texto: en realidad, adorno sin más objetivo que hacer el producto atractivo a la vista. Es la misma hipertrofia del señuelo visual que ha determinado la elaboración de la imagen televisiva.)

Para la música, estas circunstancias parecen determinar un cuadro muy negativo: la incompatibilidad de la música-cultura y la televisión a causa de unos presupuestos socioeconómicos, y de la música-espectáculo a causa de los supuestos técnicos del medio. No obstante, y de hecho, la música aparece con regularidad en to-

das las televisiones del mundo, y también en la española. En cada caso, naturalmente, la densidad de esas apariciones dependerá de la cultura musical media del país (y también de los intereses y dirección de los canales; una especial incidencia tiene el hecho de que sean estatales o privados). Así, por ejemplo, las televisiones soviética, húngara o alemana incluyen más programas musicales que la española, norteamericana o japonesa. También se modificará la relación entre música en general (hablamos siempre de música culta), música nacional y música nacional contemporánea, que dependerá a su vez del tipo de consumo musical, del volumen e importancia del repertorio histórico nacional, de la vitalidad del arte actual en cada país y de la sensibilización del público frente a la música contemporánea. Pero los supuestos básicos no son esencialmente distintos.

Los datos españoles no son ciertamente halagüeños, aunque estén en la misma línea de muchos otros países. Hemos tomado como muestra, y sin pretensiones mayores, la programación de tres emisoras de televisión durante catorce días. Sin duda que un mayor seguimiento hubiera permitido una mayor aproximación estadística, pero pensamos que la diferencia no habría sido muy significativa. En cuanto al número de canales, podrían haberse incluido algunos más; pero la programación de los autonómicos no

CUADRO I

Música protagonista en espacios televisivos (semanas del 1-7 y del 15-21 enero 1990)

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
TV1	286	6 h. 5'*	2,10%	—	0,00
TV2	256	14 h. 45'	5,72%	4 h. 30'	1,44%
TM	114	—	0,00	—	0,00
Totales	656	20 h. 50'	3,18%	4 h. 30'	0,68%*

(a) = emisora, (b) = horas totales de emisión, (c) = horas totales de música, (d) = porcentaje de música, (e) = horas de música española contemporánea, (f) = porcentaje de música española contemporánea.

* Toda la música española corresponde a TV2.

** La música en TV1 incluye aquí tres óperas y un programa especial con los Niños Cantores de Viena; todo música-espectáculo. No hay música española.

TELEVISION Y MUSICA CONTEMPORANEA**CUADRO II**

**Espacios semiciegos y con fondo musical ocasional
(semanas del 1-7 y del 15-21 enero 1990)**

(a)	(b)	(c)*	(d)	(e)**	(f)
TV1	286	3 h. 45'	1,31%	2 h. 20'	0,81%
TV2	256	3 h. 40'	1,43%	1 h. 10'	0,44%
TM	114	3 h. 30'	3,24%	42'	0,61%
Totales	656	11 h. 5'	1,67%	4h. 12'	0,64%

(a) = emisora, (b) = horas totales de emisión, (c) = horas de espacios semiciegos, (d) = porcentaje de espacios semiciegos, (e) = horas de espacios con fondo musical ocasional, (f) = porcentaje de espacios con fondo musical ocasional.

* En (c) se han computado las cartas de ajuste, añadiendo luego una estimación mínima para el resto.

** Estimativa sujeta a redefiniciones más precisas de esta clase de espacios.

difiere esencialmente de la de los estatales, y en cuanto a los privados, no tienen aún una programación estable. Por otra parte, y por lo que hemos visto en ellos, los porcentajes de música están abiertamente por debajo de los estatales. El aumento del número de canales, que el público en general recibe con alborozo (e incomprensiblemente también algunos intelectuales), no parece que vaya a significar un real aumento de opciones: «La comercialización de la televisión puede llevar a que los radiodifusores adopten posiciones menos exigentes en cuanto a sus responsabilidades sociales y culturales. En lugar de incrementar las posibilidades de elección, la multiplicación de cadenas de televisión en competencia por las mismas audiencias podría conducir a la homogeneización de la oferta y a la disminución de sus niveles de calidad», escribe, con el estilo remirado y distante propio de los organismos internacionales, el Grupo de Prospectiva de la Televisión Europea (7).

Con los supuestos antes explicados, y en vista de los datos que el Cuadro I arroja —en resumidas cuentas, un 0,68 por 100 de música española contemporánea (¡y entendemos por contemporánea la comprendida en no menos de cuarenta años de historia musical!) entre tres canales—, podríamos plantearnos:

a) Si las imposibilidades descritas desvalorizan tanto la presencia de la música en la televisión que no valga realmente la pena la inclusión de música española contemporánea y, por tanto, que

no haya que preocuparse en absoluto por tal cuestión, inútil gasto de esfuerzo y atención.

b) Si la realidad, aparentemente inamovible, de unos porcentajes tan exigüos no obliga casi, *de facto*, a prescindir igualmente de tal preocupación. Por otra parte, la repercusión de los programas musicales siempre es pequeña, a juzgar por las cifras de audiencia que la propia TVE nos ofrece; en cuyo caso, la aparición de música española actual en la pantalla no va a modificar en nada el *status* de esa música y, por ende, el de sus autores e intérpretes.

Hasta aquí hemos considerado la música estrictamente como producto artístico, de donde el interés de su difusión recaería sólo en la aportación a una cultura nacional que, de alguna manera, los medios de comunicación de masas parecen tener una lejana obligación de promover. Pero, aparte de que hay que servir a la realidad —algo que se olvida con demasiada frecuencia—, incluso desde la más estricta metodología sociológica tenemos que contar con la obra musical como objeto comercializable, como pieza de transacción entre los *Kunstproduzenten* y los *Kunstkonsumenten* (8). Hay un valor económico potencial en toda pieza de música que sale al mercado. Así, por ejemplo, cualquier música que ocupa unos minutos (o segundos) en la televisión está devengando unos derechos, a veces muy altos. El compositor ha invertido un número de horas, en ocasiones muy elevado, en realizar aquella obra. Normalmente no obtiene directamente un salario por su trabajo (salvo en los casos de encargos); su remuneración depende precisamente de la comercialización de la obra, de que esa música *suene*, ocupando unos minutos de tiempo. Y aquí es donde la televisión tiene un papel ineludible. El compositor podría conformarse con que su música no apareciera nunca en la televisión y, consecuentemente, quedara para el gran público considerada como inexistente, según esa común «indiferencia para lo que no se comunica» por los medios periódicos de información, tan precisamente definida por Vicente Romano (9). Pero no debe ni puede renunciar a las posibilidades económicas que ese medio tiene en cuanto que su obra es también objeto comercializable.

La TVE, como todas las televisiones, tiene una programación en la que se alternan diversos tipos de películas, seriales, noticieros, retransmisiones, coloquios, concursos... Estos espacios privilegiados —en diverso grado— ocupan, claro es, junto con la publicidad, si la hay, la práctica totalidad del horario. Son los

TELEVISION Y MUSICA CONTEMPORANEA

espacios visuales, el mundo hiperactivado de la imagen, donde la música tiene, como contenido, muy escasa cabida: ya hemos visto los porcentajes, en los que, además, la música-espectáculo —en la que lógicamente predomina la materia tradicional y muy conocida o conocible por analogía— ocupa un 62 por 100 del tiempo dedicado a la música. Pero hay otros espacios en los que raramente se fija la atención, porque se supone que son tiempos muertos, es decir, no estrictamente visuales porque carecen de esa hiperactivación de la imagen (a veces con un índice de A.T. igual a cero). Son las cartas de ajuste, intermedios ocasionales, caretas de espera, un derroche de minutos insignificante como difusión, contemplación, fijación del espectador; pero importante, habida cuenta de las tarifas comerciales en las que cada segundo tiene un precio exorbitante. Son espacios que yo denominaría «semiciegos», por oposición a los radiofónicos de la «escucha ciega» de Arnheim, y a los realmente visuales de los programas y anuncios televisivos.

Veamos de cerca este peculiar objeto y otros semejantes. Va a comenzar un programa, pero algún leve desajuste de horario (o un problema técnico) lo retrasa. Aparece una careta y comienza a sonar una música (a menudo música ligera en inglés, haciéndonos pensar que estamos en otro país, en una tierra anglófona). Esa música no es controlada, «programada», sino añadida incidentalmente, se supone que por alguien que tiene esos gustos artísticos o un interés de otro tipo. Casos semejantes, ya fuera de esos espacios «semiciegos», pero que entran dentro de una misma rúbrica en cuanto a su ilustración sonora, son los de los anuncios de la propia programación televisiva, los de ciertos reportajes de toda clase (obsérvese que en ciertos casos la musiquilla de fondo de rock se sustituye por la barroca cuando el reportaje se refiere a cosas a las que el montador considera que hay que mostrar un respeto máximo), informaciones deportivas y culturales, y en general todas las emisiones con fondos musicales no realizados expresamente. Esos espacios semiciegos y esos fondos musicales ocasionales —que, generalmente, repito, insisten en músicas embrutecedoras— representan, en algunos casos, hasta un 1,67 y un 0,64 por 100 respectivamente del tiempo de emisión (ver Cuadro II).

Creo que podría considerarse seriamente la propuesta de ofrecer a los compositores españoles no una amplia programación protagonista que elevase a cierto nivel culto (y patriótico, aunque esta

palabra hoy procura eludirse) los miserables porcentajes que hoy se dan en la televisión española, sino la aplicación masiva de su música a esos espacios semiciegos y fondos ocasionales que, como hemos visto, representan una minutación no desdeñable. No se trata en absoluto —entiéndase bien— de hacer música *para la televisión* (seriales, anuncios o caretas), trabajo que nada tiene que ver con la verdadera creación artística y que supone, a cambio de una remuneración, el fabricar músicas tópicas y a medida; con lo que la ganancia material se convierte en pesada servidumbre ética y estética. Sino de utilizar la música ya existente, de manera que, discretamente y sin «ocupar espacio», produzca alguna rentabilidad al compositor. En el caso de las cartas de ajuste o de sintonía es de justicia señalar que TV2 las cubre siempre con música española. No necesariamente culta ni actual —hay también música ligera, folklore, música antigua—, pero sí siempre española. Una extensión de esta responsable actitud a todas las emisoras de televisión podría ser una ayuda para el compositor español, y —lo principal en este caso— sin vulnerar para nada los intocables presupuestos económicos y masificantes del medio televisivo. El mozartiano *molto onore e poco contante* de *Las bodas de Fígaro* podría cambiar sustancialmente en el ánimo del compositor español con una propuesta que, de antemano, renuncia al *molto onore* de la difusión y se conforma con una modesta, oscura y semiciega participación en los beneficios.

NOTAS

- (1) Theodor W. Adorno y Hanns Eisler: *El cine y la música*. Trad. de Fernando Montes. Edit. Fundamentos, Madrid 1976.
- (2) Rudolf Arnheim: *Estética radiofónica*. Trad. de M. Figueras Blanch. Edit. Gustavo Gili, S. A., Barcelona 1980.
- (3) Walter Benjamin: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, en *Discursos interrumpidos I*. Trad. de Jesús Aguirre. Edit. Taurus, Madrid 1973.
- (4) Abraham Moles: *Teoría de la información y percepción estética*. Trad. de Domingo Cardona. Edit. Júcar, Madrid 1975.
- (5) Alphons Silbermann: *La música, la radio y el oyente*. Trad. esp. Edit. Nueva Visión, Buenos Aires 1957.
- (6) Jerry Mander: *Cuatro buenas razones para eliminar la televisión*. Trad. de Mario Bohoslavsky. Edit. Gedisa, S. A., México-Barcelona 1985.
- (7) *La televisión europea del año 2000*. Informe del Grupo de Prospectiva de la Televisión Europea. Fundesco, Madrid 1989.
- (8) Kurt Blaukopf: *Sociología de la música*. Trad. de Ramón Barce. Edit. Real Musical, S. A., Madrid 1988.
- (9) Vicente Romano: *El poder mágico de la comunicación de masas*, en *Encuentros en Madrid*. Fundación de Investigaciones Marxistas, Madrid 1986.