

El fonografismo visto desde el cine: música, baile y visualidad del artista.

Daniela Koldobsky.

Cita:

Daniela Koldobsky (2007). *El fonografismo visto desde el cine: música, baile y visualidad del artista*. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/301>

EL FONOGRAFISMO VISTO DESDE EL CINE: MÚSICA, BAILE Y VISUALIDAD DEL ARTISTA

Daniela Koldobsky

Carrera de Ciencias de la Comunicación.
Facultad de Ciencias Sociales-UBA

dkoldobsky@hotmail.com

1. SOBRE UNA HISTORIA DE LOS MEDIOS EN LOS MEDIOS

La música como práctica discursiva social –vocal e instrumental, secular y religiosa, popular o “cultura”- está presente en las más diversas culturas y épocas y parece remontar sus orígenes a los procesos de hominización, pero la historia de la mediatización del sonido es, por el contrario, de las más recientes entre las modalidades de mediatización. Si bien la experimentación de la fijación/grabación y reproducción del sonido por dispositivos técnicos diversos data de la última parte del siglo XIX, José Luis Fernández indica al año 1935 en la Argentina como especialmente significativo en la constitución de los medios de sonido porque “en ese año el gobierno nacional obliga a las distintas compañías telefónicas a unir sus redes (hasta ese momento independientes y que sólo permitían la conversación dentro de cada una de ellas) para constituir, por primera vez, una *red común interindividual mediatizada*; pero esto coincide también con la utilización definitiva de las *técnicas fonográficas para grabar, imprimir y reproducir* centralmente *música* y la radio, con los *lenguajes y géneros* que perduran hasta la actualidad” (Fernández 2006: 51).

A fines de la década del veinte del siglo XX aparece también el cine sonoro, y con él, uno de los géneros que haría historia especialmente en la gran industria del cine norteamericano aunque no sólo en ella: el musical. A partir de ese momento y hasta la emergencia de los programas musicales de televisión, la transmisión de grandes recitales, el videoclip y los canales de televisión especializados en música, el cine fue un medio privilegiado de visibilidad de las nuevas modalidades de presencia de lo musical mediatizado en la vida social. En este trabajo, el análisis de esas modalidades a lo largo de casi cinco décadas de vida cinematográfica tiene por objeto aportar a la reconstrucción de parte de la historia del fonografismo que se incluye a su vez en la construcción de una historia de los medios de sonido en la que el grupo de investigación Ubacyt dirigido por José Luis Fernández viene trabajando, y cuyo proyecto en esta etapa se denomina *Letra e imagen del sonido. Surgimiento de fenómenos mediáticos en la ciudad de Buenos Aires*¹. De modo que este trabajo se propone aportar a la reconstrucción de la historia de un medio –el fonógrafo- en otro medio –el cine-². La pregunta que desde esta perspectiva guía un estudio de historia de los medios es específicamente en este caso, qué aporta la mediatización del sonido y especialmente de la música, a esa historia tan larga –la de la música- a la que se aludía antes; de modo tal que debería poder dar cuenta de qué de esa vida anterior permanece y qué cambia³.

La justificación del por qué el cine aparece como un objeto de visibilidad privilegiado para observar la vida de lo musical a partir de su mediatización, es decir, la de sus discursos, de sus productores y de sus escenas de intercambio, se presenta en forma de hipótesis en el próximo punto, luego se desarrollan los modos de presencia de lo musical mediatizado en el musical cinematográfico y por último se distingue la constitución de un sistema de medios en el que se constituye la vida de la música a partir de su mediatización y del que el cine forma parte.

2. LA MÚSICA Y LOS MÚSICOS EN EL CINE

Dos conceptos definidos en relación con lo fonográfico en el marco de nuestra investigación sobre medios de sonido son fundamentales para el presente estudio: el primero postula que el teléfono, la radio y el fonógrafo despegan el sonido de su fuente visual; y el segundo precisa al *fonografismo* como “todas las técnicas de *impresión* y *reproducción* del sonido diferenciándolas, en primer lugar de las de *producción* de sonido”, agregando que su consolidación social como medio incluyó que entre todos los sonidos posibles de ser reproducidos fueran los que la sociedad define como musicales los dominantes (Equipo UBACyT S024 -Sub Grupo Fonógrafo, 2003). Es en relación con el primer concepto que el musical cinematográfico se mostrará como uno de los lugares privilegiados de una visualidad que los medios de sonido se habían permitido expulsar: la hipótesis de este trabajo es que si el fonografismo expulsa la visualidad de la fuente musical –léase cantante y/o ejecutores de instrumentos musicales- permitiendo nuevas modalidades de contacto con el sonido musical que implican la escucha sin visualidad –inseparable de su vida social hasta ese momento⁴-, y expulsa por lo tanto el carácter de la música como espectáculo⁵, el cine funciona junto con la gráfica como uno de los lugares de visualidad de lo musical mediatizado, por lo menos hasta el momento en que, como decíamos, surgieron otros más especializados⁶.

El lugar ocupado por la música en el cine aparece fijado en los títulos de algunos de los primeros films del cine sonoro universal: la década del treinta se inaugura con la famosa película *El cantor de jazz*, con Al Jolson, realizada con sonido en EEUU en 1926 y estrenada en Argentina en 1930; y en 1933 se realiza el primer film argentino con sonido óptico, que marca los comienzos de la compañía productora *Argentina Sono Film* y los del cine sonoro en Latinoamérica. El título de su primer film es *¡Tango!*, de modo que en los títulos de ambas películas aparecen sintomáticamente algunos de los géneros representantes de la música popular y masiva del siglo XX.

A partir de ese momento, no sólo el musical como género se constituye como uno de los géneros fuertes del cine y tiene una gran presencia a nivel de cantidad de producciones realizadas en la naciente industria de Hollywood, sino que se convierte en el espacio de consagración de los músicos populares y comienza a dar visibilidad a las nuevas modalidades de la vida social de la música mediatizada, pero además se articula con ella, como lo muestra *Cuesta abajo*, de 1934, primer film de Gardel realizado en Estados Unidos y cuya publicidad gráfica en los diarios argentinos incluye un recuadro que anuncia

que los temas musicales cantados en la película se encuentran grabados por la discográfica Odeón y en venta en las casas de discos. Esta asociación entre cine y discográfica irá desapareciendo con el tiempo de un modo tan explícito en la publicidad de los films, pero en ese momento - se recordará que es un año antes de 1935, citado por Fernández como significativo en la constitución de los medios de sonido en Argentina tal como los conocemos hoy- parece funcionar como enseñanza acerca de la aparición de un sistema de medios vinculado a la mediatización del sonido⁷, en el que se trata de probar aquí que el cine, especialmente hasta la década del setenta, tuvo un lugar importante. Enseñanza porque estamos en los comienzos de la constitución de ese sistema de medios y también de un conjunto de estrategias de comercialización de los nuevos textos musicales grabados y ofertados al público.

De las variantes temáticas del musical⁸ las que interesan en este trabajo son las que narran el proceso de producción de un espectáculo (el *backstage*), muestran un espectáculo dentro de otro (*show within a show*) o son un *biopic* de un músico, es decir aquellas en las que el relato incorpora la tematización de la vida de un músico, su carrera y todo lo vinculado a la música como actividad y como espectáculo. De modo tal que se privilegia el musical que se constituye en torno a un género o estilo musical y/o a un músico, cantante, bailarín o grupo musical que tienen existencia extra cinematográfica, ya que es ella es la que permite su despliegue cinematográfico: géneros musicales como el tango, el jazz o el rock presentes en radios, con grabaciones y espectáculos en vivo de sus intérpretes -y con la aparición de la televisión también en su programación- y siempre con profusa presencia en la prensa. De toda la música reproducida fonográficamente, es la definida como popular, masiva y/o comercial la que tiene presencia casi excluyente en el cine⁹. La denominada música clásica o “cultura” sólo aparece en los biopics o films biográficos de grandes compositores como Mozart, Verdi, Albéniz, por citar algunos¹⁰.

Se han privilegiado dos objetos para su análisis: por un lado un conjunto de films musicales estrenados comercialmente en Argentina desde 1935 hasta 1995, y por otro un conjunto de avisos publicitarios de films con músicos aparecidos en la prensa diaria argentina entre 1930 y 1970; en el primer caso fundamentalmente por la tematización de lo musical y la construcción de las figuras de los músicos, y en el segundo caso para dar cuenta de las estrategias comunicacionales de los films con músicos.

3. EL FILM COMO RECITAL FILMADO, EL HIT Y LA FIGURA DEL MÚSICO COMO ÍDOLO POPULAR

Esta estrategia, presente en la publicidad gráfica de una gran cantidad de films con músicos, que se cristalizó y se hizo dominante en la década del 60, presenta al film como un recital de un artista cuya música ya ha sido consagrada en otros medios como la radio, la prensa gráfica y especialmente las ventas de sus temas grabados. Las operaciones en las que se sustenta son: el título del film es el de una canción hit, y la figura del músico es la presencia centralizada y excluyente en el aviso publicitario, en el que aparece representado en el momento mismo de presentar su show. Films de Gardel

como *Cuesta abajo* (1934) y *El día que me quieras* (1935) presentan ambas características, pero en la década del treinta y cuarenta esta estrategia es excepcional; la mayor cantidad de ejemplos se da durante la década del sesenta y principios de la década del setenta, momento en que ídolos como Leonardo Favio, Sandro y Palito Ortega¹¹ anunciaban de este modo sus películas: el título del film era el de una canción consagrada en las ventas de discos, con lo cual se producía además una adecuación entre el tema musical o por lo menos su título y la ficción presentada en la película.

En esos avisos gráficos además se atenúa o suprime la alusión al hecho de que el film es una ficción, el músico protagonista aparece con el nombre o apodo por el cual es conocido popularmente y en la imagen no se muestra caracterizado como personaje sino como se ve en su vida extra cinematográfica -por lo tanto extra ficcional-; se expande la descripción de cualidades vinculadas a su figura ("la mejor voz, el ídolo de la juventud, etc) más que al film, y especialmente en la década del 60 no solamente se lo construye como músico sino además como ídolo popular -talentoso, querido y conocido por todos-. Antes del 60 el único que aparecía construido como ídolo popular era Gardel, al que se presentaba como "Nuestro inimitable" (*Cuesta abajo*, 1934) o "Gardel, el más nuestro de los cancionistas" (*El tango en Broadway*, 1935), constituyendo así una noción de pertenencia popular de una figura pública.

La construcción de la figura del músico como ídolo popular en parte de la publicidad cinematográfica con músicos tiene su correlato al interior de la diégesis cinematográfica. Si en la década del treinta y el cuarenta el cine argentino con músicos tematizaba las dificultades del artista para elegir su vocación, rechazada por la familia, y su camino como un recorrido centrado en la constitución de un sujeto íntegro apenas caracterizado por la singularidad de su elección profesional, ya en la década del sesenta constituía una regularidad de los films con músicos la tematización de los avatares de su carrera artística y de la especificidad del artista: la pregunta sobre la vocación, el acceso al éxito, la necesidad del trabajo continuo, los misterios de la creación, pero también el contacto con el público fan, con la prensa y la discográfica, y la aparición de un actante fundamental en la industria cultural -la figura del representante- son motivos y/o temas recurrentes en el cine argentino con músicos (Koldobsky 1999). En esa dirección y en un desarrollo creciente, la figura del músico se presenta en una performance total, ya que compromete cada vez más su corporalidad, que define un estilo artístico inclusive por una modalidad de actuación corporal con movimientos y a veces danzas característicos. Si en Alberto Castillo era definitorio un repertorio de movimientos de las manos para su identificación, en Leonardo Favio lo fue un mohín de su boca y en Sandro las caderas, pero acompañadas de una presencia corporal que de tan explícita se juzgó como provocativa.

Cuando el cine construye una ficción con un ídolo popular, muchas veces gana la escena el ídolo más que el personaje. Como se describió, esa es la lógica de gran parte de la publicidad gráfica de esos films con músicos, pero en ciertos casos el *encabalgamiento* de la figura construida en los medios con la del personaje ficcional se observa al interior de la diégesis cinematográfica: ejemplo

de ello es el film *Muchacho* (Leo Fleider, 1970), protagonizado por Sandro; en él el artista no compone a un cantante ni un aspirante a tal, sino a un humilde muchacho que vive en una isla del Delta con su anciana abuela (Olinda Bozán) y se gana la vida manejando una lancha para transportar turistas. En el film ese muchacho se presenta como humilde, tímido y un poco temeroso de su futuro, pero en una escena de baile en una fiesta nocturna, el que baila no es el personaje, sino la figura histriónica conocida por sus movimientos sexies tildados de lascivos. De modo que la estrategia publicitaria es sostenida también en un particular contrato ficcional en el que el personaje de la historia contada puede “encabalgarse” con el ídolo popular extra cinematográfico.

Respecto de esa estrategia publicitaria, el alto grado de presuposición que funciona en los avisos y la convocatoria a tener contacto con el ídolo y el disfrute de su música que hace el film (más que a entretenerse o a ver una buena historia), e incluso la relación entre lo conocido –la figura del músico- y lo novedoso –las canciones nuevas que presenta por ejemplo- constituyen un enunciatario fan del músico en lugar de uno específicamente cinematográfico.

Es interesante agregar que las críticas de muchos films presentados con esta estrategia dicen por ejemplo que es una revista con argumento (respecto de *Luces de candilejas*, 1958 con Alberto Castillo y Amelita Vargas) o un long play ilustrado al que se suma un pequeño enredo (en *Clarín*, en relación con el film del *Club del clan*, de 1964). Sin embargo, esto que en las críticas es observado como una característica negativa, ya está construido como contrato de lectura desde la propia publicidad del film, de modo que no se puede leer como una “trampa” enunciativa sino, por el contrario, muestra que parte de la cinematografía con músicos se constituye como un espacio más de contacto con una figura popular que despliega su arte, aunque incluida en un desarrollo ficcional. Es notoria además la presencia del tema musical convocante en el título del film -el *hit*-, de modo que ya en los primeros films sonoros parece desplegarse una modalidad de funcionamiento mediático y comercial del género canción que con el tiempo se convirtió incluso en el módulo organizativo de lo musical en emisoras radiales o canales de televisión especializados en música.

4. GÉNEROS Y ESTILOS DE LA MÚSICA POPULAR EN EL CINE

Como se dijo, el jazz en el cine norteamericano y el tango en el argentino¹² aparecen en el cine apenas comienza el sonoro, y reinan en él durante bastante tiempo. El cine argentino tiene más de veinte films en cuyo título aparece la palabra tango, desde el primero con sonido, en 1933, hasta la década del noventa (*Tango feroz, la leyenda de tanguito*, 1993), y son muchos más los que no llevan el género en el título pero lo tematizan en el relato. Es tan importante su incidencia que se puede hablar de un subgénero del musical o directamente de un género: durante su vigencia se podía escuchar decir: “voy a ver una película de tango”¹³. El rock es otro de los géneros musicales populares que desde sus comienzos se despliega en los títulos de los films: *Rock, rock y rock* (1957, Alan Freed y otros) y *Celos y revuelos al ritmo del rock* (1957, Hill Haley y otros), son sólo algunos de sus ejemplos.

El twist, el cuplé, el vals¹⁴ y otros ritmos musicales también tienen sus títulos cinematográficos, y la operación que fue nombrada como modalidad del *hit* también se asocia directamente con el tema musical que se incluye en un género musical específico. Además de los temas de Gardel que titularon sus films y que provocan por lo tanto la asociación directa entre film y tango, están los famosos ejemplos como *El rock de la cárcel*, de Elvis Presley (1957) y, como se apuntó, muchos de los films de la década del 60 y 70 con los ídolos musicales del pop y el rock. También los estilos están presentes en los títulos de los films, como en *Ritmo nuevo, vieja ola*, de Enrique Carreras (1965), en el que se narran tres episodios diferenciados en los que se confronta la música que en los 60 era observada como del pasado: el tango, y la que se definía con el nombre de “La nueva ola”, clasificación blanda que durante mucho tiempo englobó dos aspectos importantes: por un lado gran parte de la música masiva –a veces llamada “comercial”- y por otro música hecha por jóvenes, que comenzaba a marcar una ruptura generacional que en el cine norteamericano había aparecido ya en la década del 50 con el rock.

Algunas operaciones discursivas de la publicidad gráfica de esos films son la presencia en el aviso de listados de las canciones interpretadas en la película¹⁵, imágenes de parejas o personas bailando –se trata de músicas que tienen una danza específica en muchas ocasiones-; y la representación de los músicos tiene un lugar central, pero si bien ellos se construyen como importantes y talentosos dentro de ese género musical, no aparecen como necesariamente conocidos por el gran público y con tantos seguidores como los ídolos populares definidos antes. La estrategia comunicacional que convoca a tener contacto con un género o estilo musical en el cine, constituye un enunciador que en principio habla desde el saber musical más que desde el cinematográfico, y ese saber musical es específico de un género o estilo, más segmentador por lo tanto que el del musical cinematográfico en general o que el saber musical en relación con un ídolo popular de importante presencia extra-cinematográfica. En este caso se construye un enunciatario amante de determinado género o estilo musical.

La presencia de un género o estilo musical determinado no se reduce a un modo de publicitar un film, sino que vertebra la ficción en diversas líneas del relato: Gardel puede aparecer en un film como un cantante de tango que desea exportar su música a Europa poniendo un salón de bar y tango en la ciudad de Barcelona, es decir actuando como empresario (*Tango bar*, 1935); o en el otro extremo un grupo de exiliados argentinos en la década del 80 en París deciden montar un espectáculo de tango como reencuentro con su identidad herida por la situación política argentina (*Tangos, el exilio de Gardel*, 1986). El tango y la identidad ciudadana, el tango y su expansión por fuera de Argentina, el tango y su presencia en radios, el tango y los que desean vivir de su arte y hacerse cantantes profesionales –en films como *El tango vuelve a París*, 1948, con Alberto Castillo; o *El morocho del Abasto; la vida de Carlos Gardel*, 1950- son temas que muestran el lugar excluyente que la música tiene en la ficción cinematográfica.

Sin embargo –y como ya se apuntó- los films de tango de las primeras décadas no suelen tematizar la condición de artista y la especificidad de su práctica - excepto en relación con su efecto económico y su *status* profesional- y los deseos del personaje músico siempre tienen como objeto la condición humana más que la creadora (Koldobsky 1999: 127). En cambio sí lo hacen los films que en Argentina muestran el mundo de la música de los jóvenes, mostrando los momentos fundacionales de los nuevos géneros y estilos musicales de la década del 60: en *El extraño de pelo largo* por ejemplo -emblemático film de Julio Porter, de 1970- el rechazo que sufre el joven personaje de Litto Nebia en su búsqueda de una discográfica que grabe su música muestra la aparición de un género que en principio es visto como injertado desde el extranjero. En una escena un productor cinematográfico al que el joven le muestra su música la denomina *canciones de protesta* y argumenta: “¿Aquí contra quién van a protestar? No hay guerras, todo el mundo come”; a lo que el protagonista responde: “La música *beat* es el idioma nuevo de la juventud, se va a imponer”. En esa escena el ejecutivo, que se encuentra en una oficina parado frente a un afiche de Palito Ortega ya consagrado, le contesta que cuando se imponga resolverá qué hacer. Este pequeño diálogo tematiza algunos problemas vinculados a la nueva música que aparecen en más de un film: la inestabilidad clasificatoria de los comienzos de un género y estilo musical, la confrontación entre distintos estilos de música y de músicos jóvenes, que se presentaba muchas veces como comercial o no; la mostración de “la cocina” del mundo del fonografismo en producción, entre otros.

En ese film y en otro del mismo año y director, *El mundo es de los jóvenes*, se narra la oposición generacional con el mundo de los adultos y sus instituciones (la escuela, la academia, la policía, etc) a partir de la búsqueda de la propia música, hasta el punto de que la definición de lo joven se asocia en el cine argentino no solamente con una moda, una manera de hablar, ciertos intereses, sino fundamentalmente con el tipo de música que “expresa a una generación” y que se define como un lenguaje nuevo¹⁶: en un momento el protagonista (Dyango), le dice a su maestra de música: “Señorita, usted parece desconocer que Vivaldi, Scarlatti, Haendel y toda la música barroca son la base de lo más moderno. Debajo del pelo largo de los *Beatles* hay talento. ¿O usted ignora que hicieron una revolución musical?”. Es indudable que el grado de especificidad que adquieren los problemas que acucian a los músicos o aspirantes a serlo en el relato de los films de la década del sesenta y setenta funciona como informador acerca de los nuevos lenguajes musicales, pero también acerca de sus modos de existencia en la vida social.

El cine con músicos informa sobre la vida del jazz, el tango, el rock, el beat y la nueva ola, esos géneros y estilos que nacieron con la mediatización del sonido y cuya existencia y caracterización como música popular es inseparable de ella.

5. LA MÚSICA EN UN SISTEMA DE MEDIOS

En primer lugar el cine con músicos funciona desde su aparición y en forma creciente durante cinco décadas como privilegiado medio de visualidad de un

mundo que a partir de la aparición de la mediatización se mostraba como posible por fuera de la presencia visual de la fuente sonora y por fuera también de la música como reunión social y espectáculo, es decir de posible disfrute “ciego” en la soledad de la casa. Devuelve por un lado entonces, lo que de espectáculo visual tiene la música, especialmente en relación con la creciente performance visual de los instrumentistas e intérpretes, sostenida en un privilegio de su figura. Ese mismo cine forma parte además de los mecanismos de distribución de la música y los músicos populares del siglo XX, informando acerca de su existencia y novedades incluso de un modo pedagógico: enseña “la cocina” del funcionamiento del mercado musical, de las instituciones de la música masiva (discográficas y distribuidoras, representantes y prensa, premios y concursos, etc), de las prácticas sociales vinculadas a ella (recitales cada vez más masivos, danzas y bailes, modalidades de socialidad de las distintas generaciones en relación con la música, la constitución del fan, etc) en el momento en que comienzan a adquirir las características que todavía tienen hoy. Hasta la emergencia de modos más específicos de presencia de lo musical mediatizado, es el cine de ficción uno de sus lugares privilegiados.

Sin embargo, además de informar sobre lo que ocurre en el mundo de lo musical y el espectáculo, el cine con músicos participa del sistema de medios que despliega el fonografismo y se articula en él de diversas maneras: como expansión informativa y escala última de la fama de un género o artista musical en un momento, explotando el sistema del *hit* musical, dando visibilidad a las músicas juntos con sus bailes y artistas, contribuyendo a la construcción de ídolos musicales. Se trata entonces de una doble relación: muestra “como desde afuera” ese sistema de medios, le da visibilidad, y a la vez participa de él. Y lo hace hasta el punto de que el lugar que en ocasiones ocupa lo musical en ese cine es tan importante que es producido y reconocido más como parte del sistema de lo fonográfico que de la ficción cinematográfica.

NOTAS

¹ Algunos de los resultados que voy a exponer son además fruto del trabajo práctico que vengo realizando con los alumnos de las comisiones de Semiótica de la carrera de Ciencias de la comunicación (FCS, UBA), en la que nos ocupamos de evaluar la comunicación gráfica de los films con músicos; y finalmente unas pocas observaciones corresponden a una beca de investigación que me fue otorgada por la Universidad de La Plata entre 1997 y 1999, acerca de la figuración de los músicos en el cine argentino.

² Este trabajo fue realizado para las jornadas tituladas *Desde la Semiótica, Historia/s de los medios*, organizadas por nuestro equipo de investigación Ubacyt durante noviembre de 2006.

³ En el mismo capítulo citado, titulado “El momento de la constitución de la radio como medio”, José Luis Fernández se dedica en extenso a describir el conjunto complejo de fenómenos que permiten la constitución de un medio y por lo tanto las series a tener en cuenta a la hora de su estudio que implica por un lado un cierto “clima de época” en el que esas novedades son verosímiles y a su vez provoca efectos en la época (2006: 50-58).

⁴ En “El desarrollo de la visualidad en las técnicas fonográficas”, José Luis Fernández y el equipo Ubacyt integrado por Damián Fraticelli, Matías Gutiérrez Reto, Rubén Hitz y Santiago Videla, dicen: “El *fonografismo* es, junto al teléfono y la radio, uno de los procedimientos de *abstracción* del sonido con respecto a su fuente sonora cuyo desarrollo se produce entre las últimas décadas del siglo XIX y primeras del siglo XX” (2003). José Luis Fernández asocia a la abstracción con el período de las vanguardias históricas, de modo que este proceso aparece como posibilitado por un estilo de época que excede la vida de los medios de sonido. En el

trabajo citado, se definen tres grandes modos y momentos de la visualidad acompañante –en los metadiscursos gráficos- del desarrollo de los medios de sonido: “la *hipovisualidad*, caracterizada por una baja o nula mostración de motivos gráficos y de imágenes y su contrario, la *hipervisualidad*, donde la visualidad se expande hasta la producción de imágenes “trabajadas” (claroscuros, estilizaciones, etc.) y/o ficcionales y, por último, la *archivisualidad*, que correspondería al momento actual en el que es menos frecuente la escucha “ciega” (expansión de la imagen en los recitales, videoclips, canales musicales, etc.)”. La visualidad de lo musical en el cine se despliega justamente hasta el momento que es definido como de archivisualidad, en el que la música encuentra sus propias modalidades de expansión de su visualidad mediática, y ya no parece necesitar del cine.

⁵ Este tema es analizado por mí en “La figura del músico y la recuperación de la música como espectáculo” presentación a realizarse en la sección Comunicación y espectáculo del 9º Congreso de la Asociación internacional de Semiótica, 2007.

⁶ Este año (2006) el canal de televisión especializado en música “joven” MTV cumplió sus veinte primeros años, y no es casual que su aparición en 1986 coincidiera con el período en que el cine con músicos estaba declinando.

⁷ Matías Gutiérrez Reto concluyó respecto de la famosa imagen del perro de la publicidad de RCA Víctor aparecida en 1900, en la que un perro está sentado frente a un fonógrafo, que “El perro de la RCA propuso desde entonces un tipo de actitud de escucha frente a lo grabado. En ese aspecto, dentro del proceso de consolidación de los usos sociales de la grabación discográfica, de algún modo fue un perro el que nos enseñó a escuchar discos” (Gutiérrez Reto 2000). En este caso, cerca de treinta años después también es la publicidad la que se hace cargo de enseñar sobre nuevas prácticas sociales; antes fue sobre la escucha mediatizada y ahora sobre las posibilidades de acceso a una música grabada y con la que se puede tener contacto a través del filme por un lado y con la compra del disco por otro.

⁸ Cuando se habla de film musical se piensa en general en el musical que toma cualquier tema en tono de drama o comedia, incluso en términos de cine de acción, épico o bélico, y lo narra con la modalidad del musical, que a nivel retórico implica la presencia de segmentos musicales-coreográficos que se articulan según dos posibilidades: por intercalado, con suspensión de la diégesis y realizado por corte ‘puro’; o por suspensión del desarrollo de la acción, articulado diegéticamente por coincidir con un nudo narrativo (Bejarano Petersen 2001)

⁹ Si bien no es objeto del presente trabajo, la presencia casi excluyente en el cine de la denominada música popular, comercial o masiva a lo largo del siglo XX quizás se explica por la dependencia que la producción cinematográfica tiene respecto del ciclo económico: en palabras de Oscar Traversa “Los filmes, para ser producidos, deben ser consumidos. En otros términos: sin circulación de dinero, el cine, tal como lo entendemos, no existe.” (Traversa 1984). De allí que durante el período de los films de tango en Argentina (desde principios del cine sonoro hasta la década del cincuenta inclusive) y luego con la aparición de la “música joven” en la década del sesenta, los artistas que se hacían famosos por llenar recitales, ser escuchados en radios y tener mucha presencia en la prensa, como corolario adquirirían un protagonismo en cine.

¹⁰ Ellos son: *Mozart. El amado de los dioses*, de 1936, *La vida de Verdi*, con Beniamino Gigli, de 1946; y *Albéniz* (film argentino de Amadori, 1947).

¹¹ Otros músicos presentados con esta estrategia son: en los 50 Nicola Paone, Sarita Montiel, Alberto Castillo. En los 60 Elvis Presley, los Beatles, los músicos del club del clan, Hugo del Carril.

¹² Films como *El cantor de jazz* (1930, con Al Jolson); *El tango en Broadway* (1935, con Carlos Gardel), *La vida es un tango* (de 1939, con Florencio Parravicini y Hugo del Carril), *Viudas del jazz* (de 1943, con Glenn Miller), se suman a muchos otros que tienen el nombre del género musical en el título.

¹³ En un trabajo análogo a éste, pues analiza los modos de construcción de la radio y lo radiofónico en el cine argentino, Claudia López Barros concluye: “Dentro de esa esfera del entretenimiento un lugar destacado es el ocupado por las transmisiones musicales y, tal como se ha señalado, el tango reina por sobre sus congéneres. Radio y Tango parecen en esta época una pareja feliz que provoca la envidia de los demás.”

¹⁴ El embrujo de un vals (1942), *El vals eterno* (1944), *Del cuplé al tango* (Virginia Luque, 1959), *Al compás del twist* (1962, Chubby Checker y otros), son algunos de esos títulos.

¹⁵ Rasgo compartido con algunos avisos que definimos con la estrategia del “recital filmado”.

¹⁶ Si en el cine y en la literatura norteamericana la emergencia de lo joven se había dado una década antes, con ejemplos como: *Al este del paraíso* (1955: James Dean); la novela de culto de Jack Kerouac, *En la carretera* (1957), y en el mismo año *The west side story*, musical de Leonard Bernstein; la asociación entre la juventud y su música no era excluyente. La juventud aparecía ligada a la carretera, al uso de los vehículos, a la rebeldía y desconocimiento de las normas de la vida en la ciudad, en cambio es característica del cine argentino de la década del 60 esa asociación indefectible entre juventud, rebeldía y música.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bejarano Petersen, C. (2001) *Sobre los rasgos característicos del musical*. Manuscrito no publicado, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Fernández, J.L. (2006) *La construcción discursiva de la audiencia radiofónica*. Tesis de doctorado no publicada. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales, Argentina.

Fernández, J.L. y equipo (Damián Fraticelli, Matías Gutiérrez Reto, Rubén Hitz y Santiago Videla) (2003) El desarrollo de la visualidad en las técnicas fonográficas. En VII Congreso de Asociación Internacional de Semiótica Visual.

Gutiérrez Reto, M. (2002) Alta fidelidad: el identificador de la RCA-Victor. Hacia la constitución de un tipo de escucha fonográfica. En V congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica.

Koldobsky, D. (1999) *La representación del arte y los artistas en el cine argentino*. Informe final de la Beca de Iniciación a la Investigación. Manuscrito no publicado, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Levi, G. y Schmidt, J.C. (dirección) (1996). *Historia de los jóvenes*. Tomo II. Madrid: Taurus.

López Barros, C. *De cómo un medio ve a otro: la audiovisualidad de la radio en los comienzos del cine sonoro argentino*. Manuscrito no publicado, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Manrupe, R. y Portela, M. A. (1995). *Un diccionario de films argentinos*. Buenos Aires: Corregidor.

Traversa, O. (1984). *Cine: el significante negado*, Buenos Aires: Hachette.

Daniela Koldobsky es Licenciada en Historia de las Artes visuales y enseña en la carrera de Ciencias de la comunicación de la Universidad de Buenos Aires y en el grado y el posgrado del Área departamental de crítica de las artes en el Instituto Universitario Nacional de Arte en Argentina. Es doctoranda de la UBA y se ha dedicado a investigar la relación entre arte y medios de comunicación a partir de los años sesenta con becas de investigación. Participa de investigaciones grupales en la UBA y el IUNA y ha publicado entre otros “Escenas de una lucha estilística” (2003), “Memoria mediática versus arte efímero” (2002) y “La crítica de artes visuales en su sistema” (2002).